

Atıf (Cite as): Karaçay Arın, E., & Özmen, S. (2025). Siyasal İletişim Stratejileri Çerçevesinde X'te Toplumsal Cinsiyet Temsili. *Akdeniz İletişim*, (49), 352-379. <https://doi.org/10.31123/akil.1630017>.

Siyasal İletişim Stratejileri Çerçevesinde X'te Toplumsal Cinsiyet Temsili

Gender Representation in X in the Context of Political Communication Strategies

Ece KARAÇAY ARIN¹²

Seçkin ÖZMEN³

Öz

Kadın ve erkek liderler tarafından yönetilen ülkelerde siyasal iletişim stratejilerinin kullanım farklılıkları, bu çalışmanın temel problemini oluşturmaktadır. Bu çalışma ile kadın ve erkek liderler tarafından yönetilen ülkelerin devlet yönetimlerinde toplumsal cinsiyetin nasıl konumlandırıldığı, siyasal iletişim stratejileri bağlamında öne çıkan konuların nasıl farklılaştığı ve söz konusu stratejiler bağlamında toplumsal cinsiyetin yeni medyada nasıl temsil edildiğini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Kadın ve erkek liderlerin siyasal iletişim stratejilerinde toplumsal cinsiyet temsili ortaya koymak amacıyla liderlerin X paylaşımları incelenmiştir. X, sosyal medya ağları içerisinde siyasi ve toplumsal sorunlara yönelik tartışmaların yapıldığı bir alan olarak öne çıkması sebebiyle tercih edilmiştir. Siyasal iletişim stratejileri çerçevesinde yeni medya üzerinden toplumsal cinsiyetin nasıl temsil edildiğini araştıran bu çalışmada feminist kuram çalışmaya temel oluşturmaktadır. Çalışmanın evreni "2022 Küresel Cinsiyet Eşitsizliği Raporu"nda yer alan yüz kırk altı ülkeden oluşmaktadır. Ölçüt örneklem yöntemiyle her kıtadan bir ülke olmak üzere beş ülke örneklem olarak seçilmiştir. Örneklem olarak incelenen ülkelerde yönetim konusunda en yetkili bireyler cinsiyet dağılımı baz alınarak seçilmiştir. Çalışmada büyük bir veri seti kullanılması nedeniyle MAXQDA 2024 programı kullanılmıştır. Veriler nicel ve nitel içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda örnekleme dahil edilen tüm ülkelerin devlet yönetimlerinde toplumsal cinsiyet eşitliği vurgusu yapan bir yönetim anlayışı ile lider imajı çizildiği tespit edilmiştir. Ancak kadın liderlerin siyasal iletişim stratejilerinde hem sayısal olarak hem de konu çeşitliliği bağlamında toplumsal cinsiyet eşitliği temsiline daha fazla yer verildiği tespit edilmiştir. Çalışmanın bulguları kadın liderlerin toplumsal cinsiyet politikaları çerçevesinde kadın hareketini ve kadın politikalarını güçlendirmeye yönelik paylaşımlara daha fazla yer verdiklerini ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Siyasal iletişim, toplumsal cinsiyet, feminizm, X.

Abstract

The differences in political communication strategies used by countries governed by male and female leaders constitute the fundamental problem of this study. This research aims to reveal how gender is positioned in state administrations of countries led by male and female leaders, how key issues emphasized in political communication strategies differ, and how gender is represented in new media within the context of these strategies. To examine gender representation in the political communication strategies of male and female leaders, their X posts were analyzed. X was chosen because it stands out as a platform where discussions on political and social issues take place among social media networks. Feminist theory forms the theoretical foundation of this study, which investigates how gender is represented through new media within the framework of political communication strategies. The study universe consists of 146 countries included in the "2022 Global Gender Gap Report." Using the criterion sampling method, five countries were selected as samples, one from each continent. The most authoritative individuals in governance were selected based on gender distribution in the examined countries. Due to the large dataset used in the study, MAXQDA 2024 program was utilized. Data were analyzed using quantitative and qualitative content analysis methods. The research results revealed that all countries included in the sample demonstrated a leadership image shaped by a governance approach emphasizing gender equality in state administrations. However, it was found that female leaders incorporated gender equality representation more frequently in their political communication strategies, both numerically and in terms of thematic diversity. The study's findings put forth that female leaders share more content aimed at strengthening women's movements and women's policies within the framework of gender policies.

Keywords: Political communication, gender, feminism, X.

¹ Arş. Gör. Dr., İstanbul Topkapı Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, ecekaracay.92@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6665-9076

² Sorumlu Yazar (Corresponding Author)

³ Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, seckinozmen@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4871-4921



Giriş

Siyasal iletişim, politikanın toplumsal cinsiyet çerçevesinin oluşturulmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Siyasal iletişimin temel aktörlerinden biri olan medya hem siyasi kültürün oluşmasında hem de toplumsal cinsiyet temsillerinin üretilmesinde rol oynamaktadır. Bu noktada siyasal iletişim perspektifinden toplumsal cinsiyet, siyaset ve medya ilişkisini inceleyen çalışmalar son yıllarda önemli bir araştırma alanı haline gelmiştir (Mäkelä vd., 2015, s. 296). Ülkemizde yapılan çalışmalarda yeni medya teknolojilerinin siyasal iletişime etkilerini araştıran çalışmalar öne çıkmaktadır (Aktaş, 2004; Bostancı, 2014; Yaşar, 2022). Bununla birlikte siyasal iletişim stratejilerinin özellikle ülkelerin seçim süreçlerinde gündeme gelmesi sebebiyle pek çok çalışmada seçim kampanyalarının incelendiği dikkat çekmektedir (Tunca, 2019; Ünür, 2024). Bunun yanı sıra lider imajı ve liderlerin markalaşması gibi konular da siyasal iletişim araştırmalarında önemli bir yer tutmaktadır (Canbey, 2009; Şahan, 2019).

Fidan Baritci tarafından kaleme alınan *Siyasal İletişim Alanında Yazılan Doktora Tezlerine Dair Bir İnceleme* (Fidan Baritci, 2020) isimli çalışmada Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi'nde yer alan tezler içerisinde "siyasal iletişim" başlıklı tezler incelenmiştir. Yapılan incelemede siyasal iletişim alanında yazılan tezlerde öne çıkan konular; yazılı basın, yeni iletişim teknolojileri, siyasal iletişimin rolü ve seçim kampanyaları, seçim araştırmaları ve ulusal kimlik şeklinde sıralanmaktadır. Çalışmada siyasal iletişim kavramının pek çok farklı disiplin tarafından çeşitli konular etrafında ele alındığı görülmektedir. Bu çalışma ile akademik literatürde siyasal iletişim kavramının en fazla çalışıldığı alanlar ortaya konmakla birlikte, konunun hangi alanlarda eksik kaldığı da görülmektedir. Bu bağlamda, siyasal iletişim ve toplumsal cinsiyet ilişkisini merkeze alan tez çalışmalarının bulunmaması, ulusal literatürde önemli bir eksikliğe işaret etmektedir.

Ancak son yıllarda ulusal ve uluslararası literatürde toplumsal cinsiyet ve siyasal iletişim kesişiminde yapılan akademik çalışmaların artış gösterdiği gözlemlenmektedir (Cansun, 2020; Irak, 2022; Ruiloba-Núñez & Goenaga Ruiz De Zuazu, 2024). Bununla birlikte, bu çalışmaların kadın ve erkek liderlerin seçim dönemlerindeki siyasal iletişim stratejilerine odaklandıkları dikkat çekmektedir (Cansun, 2020; Ruiloba-Núñez & Goenaga Ruiz De Zuazu, 2024; Sandberg & Öhberg, 2020). Oysa siyasal iletişim pratikleri yalnızca seçim dönemleriyle sınırlı kalmamaktadır. Bu çalışma liderlerin siyasal iletişim stratejilerini yalnızca seçim dönemlerinde değil, seçim dışı süreçlerde de incelemesiyle mevcut literatürden ayrılmaktadır.

Bu çerçevede literatürde kadın ve erkek liderler tarafından yönetilen ülkelerde seçim dönemleri dışında nasıl bir siyasal iletişim stratejisi kullanıldığına dair karşılaştırmalı bir siyasal iletişim analizi bulunmamaktadır. Bu çalışma ile siyasal iletişim stratejilerinin toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında nasıl konumlandırıldığı temelinde, kadınlar ve erkekler tarafından yönetilen ülkelerdeki siyasal iletişim stratejilerinin neler olduğu, bu stratejilerin nasıl farklılaştığı ve söz konusu stratejiler bağlamında toplumsal cinsiyetin yeni medyada nasıl temsil edildiğini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda çalışma kapsamında araştırılacak temel sorular şu şekilde sıralanmaktadır:

1. Toplumsal cinsiyet rolleri, liderlerin yönetim anlayışlarında nasıl konumlandırılmaktadır?
2. Kadın ve erkek liderlerin yeni medyayı kullanarak oluşturdukları siyasal iletişim, toplumsal cinsiyet rolleri açısından nasıl farklılık göstermektedir?
3. Yeni medya üzerinden oluşturulan siyasal iletişim stratejileri ile farklı ülkelerde toplumsal cinsiyet nasıl temsil edilmektedir?

1. Yeni Medya Teknolojileri Bağlamında Siyasal İletişim Stratejileri

Disiplinlerarası bir çalışma alanı olan siyasal iletişimi “*siyasal aktörlerin belli ideolojik amaçlarını, belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmaları*” şeklinde tanımlamak mümkündür (Aziz, 2019, s. 3). Çankaya’ya göre siyasal iletişim; propagandanı dedikoduya, baskı gruplarının uygulamalarından halkla ilişkilere, üst-üst ilişkilerinden kurumlardaki işleyişe, beyin yıkamadan siyasal reklamcılığa ve medya faaliyetlerine kadar çok geniş bir spektrumda siyasal amaçlı meydana getirilen tüm iletişim faaliyetlerini kapsamaktadır. Bu bağlamda yazar, iletişimin tüm biçimlerini siyasal iletişimin unsuru olarak nitelemekte ve bu unsurların gerek iktidara gelmek gerek iktidar konumunu sürdürmek isteyenler tarafından kitleleri manipüle etmek amacıyla kullanıldığını ifade etmektedir (Çankaya, 2019, s. 13).

21. yüzyılda siyasal iletişim kavramının tanımlanması ve kavrama yönelik olguların açıklanması giderek güçleşmektedir. Bunun öncelikli sebebi, bilgisayar ve enformasyon teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle çeşitlenen araçların siyasal iletişim stratejilerinde kullanılmaya başlanmasıdır. Siyasal iletişim kavramını tanımlamayı ve kavramın kapsamını açıklamayı güçleştiren bir diğer özellik, küreselleşme gibi uluslararası düzeyde yaşanan gelişmeler ve ulusal düzeyde siyasi iktidar değişimi gibi gelişmeler sebebiyle siyasal iletişimin temel aktör ve kavramlarının sürekli farklılaşmasıdır (Bayraktutan-Sütçü, 2007, s. 71). Bununla birlikte siyasetçiler, vatandaşlar ve kitle iletişim araçları siyasal iletişimin temel aktörleri olarak kabul edilmektedir (Aziz, 2019; McNair, 2018; Vural, 2010). Bu üç aktör arasındaki çıkar ilişkileri ise siyasal iletişimin temel problemi olarak karşımıza çıkmaktadır (Ekinci, 2014, s. 12).

Siyasal iletişimin temel unsurlarından biri olan medyanın önemine dikkat çeken Perloff, parti liderleri ile seçmenler arasındaki ilişkinin hem kurulmasında hem de sürdürülmesinde medyanın temel rol oynadığını ifade etmektedir. Bu doğrultuda medya, siyasi aktörler ve vatandaşlar arasında bir köprü işlevi görmektedir (Tunca, 2019, s. 2790). Medyanın siyasal iletişim sürecinde oynadığı rolün farkına varılması siyasi aktörleri tüm kitle iletişim araçlarını kullanmaya yönlendirmekte ve medyayı siyasal iletişim sürecinin vazgeçilmez bir unsuru haline dönüştürmektedir (Yıldız, 2012, s. 9). Günümüzde medyada görünür olmak, siyasal alanda var olmanın önemli bir göstergesi haline gelmiştir (Fidan Baritci, 2020, s. 86). Gazete, radyo ve televizyon gibi geleneksel iletişim araçları siyasal iletişim stratejileri açısından önemini korumakla birlikte, yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı hız, erişilebilirlik ve hedefli mesajlaşma olanakları siyasi aktörleri bu mecralara yöneltmektedir. Özellikle sosyal medya, siyasal aktörlerin seçmenlerle doğrudan ve etkileşimli iletişim kurmasına olanak tanımaktadır. Bu bağlamda günümüzde dijital medyanın siyasal iletişimin merkezine yerleştiği vurgulanmaktadır (Klinger vd., 2024).

Sosyal medya, siyasetçilere seçim kampanyalarını organize etme imkanının yanı sıra, vatandaşlarla doğrudan etkileşim kurma, karşıt görüşleri izleme ve gündemi şekillendirme imkanı vermektedir. Yurttaşlar da bu platformlar aracılığıyla politik söyleme aktif biçimde katılmakta ve kolektif hareket alanları yaratmaktadır (Kligler-Vilenchik & Literat, 2025). Siyasal iletişim etkinliklerinde kullanılan sosyal paylaşım ağları arasında, mikroblog olarak adlandırılan X öne çıkmaktadır. Habere ve bilgiye ulaşmanın en kolay araçlarından biri haline gelen X’in, dünya ölçeğinde bir megafon işlevi gördüğü ifade edilmektedir (Göksu, 2018, ss. 83-96). Diğer yandan, yapay zekâ teknolojilerinin gelişimiyle birlikte siyasal iletişim stratejileri daha da karmaşık hale gelmektedir. Atar, yapay zekâ destekli veri analizlerinin, seçmen davranışlarının

öngörülmesinden mesaj içeriklerinin kişiselleştirilmesine kadar çok çeşitli alanlarda kullanıldığına dikkat çekmektedir (Atar, 2024). Bu gelişmeler, sadece teknolojik dönüşümleri değil, aynı zamanda bu teknolojilerin siyasetteki etik ve temsil boyutlarını da gündeme taşımaktadır.

Ancak Bayraktutan-Sütçü literatürde siyasal iletişim ve yeni iletişim teknolojileri çerçevesinde yapılan çalışmaların genellikle araç temelli incelemeler olduğuna dikkat çekmekte ve bu araçların kullanımı sonucu ortaya çıkan toplumsal dönüşümlerin ve ilişkilerin yeterince analiz edilmediğine işaret etmektedir (Bayraktutan-Sütçü, 2007, ss. 73-74). Özellikle toplumsal cinsiyet rolleri gibi eşitsizlik eksenleri, çoğu zaman teknik düzeydeki analizlerin dışında kalmaktadır. Bu nedenle, yeni medya teknolojileri bağlamında siyasal iletişimi ele alırken toplumsal cinsiyet perspektifiyle yaklaşmak, yalnızca teknolojik olanı değil aynı zamanda kültürel ve ideolojik yapıları da incelemeyi gerektirmektedir. Diğer yandan ulusal ve uluslararası literatürde toplumsal cinsiyet temsili ve siyasal iletişim alanında yapılan çalışmalarda artış gözlemlenmesine rağmen, bu çalışmaların özellikle seçim dönemleri çerçevesinde sınırlandırıldığı görülmektedir (Cansun, 2020; Ruiloba-Núñez & Goenaga Ruiz De Zuazu, 2024). Bu çerçevede seçim dönemleriyle sınırlandırılmayan bir siyasal iletişim çalışması ile toplumsal cinsiyet temsili ele alınması alanı derinleştirme potansiyeline sahiptir. Bu çerçevede, feminist teori siyasal iletişimdeki toplumsal cinsiyet temsillerini eleştirel bir biçimde analiz etmek için güçlü bir kuramsal zemin sunmaktadır.

2. Feminist Kuram Çerçevesinde Siyasal İletişim ve Toplumsal Cinsiyet Temsili

Toplumsal cinsiyet, bireylerin biyolojik özelliklerine değil; kültürel, tarihsel ve siyasal yapıların etkisiyle şekillenen sosyal rollerine işaret etmektedir. Feminist kuram, toplumsal cinsiyetin bu kültürel inşa sürecine odaklanarak, kadınların kamusal ve özel alandaki ikincil konumlarını tarihsel, ekonomik ve ideolojik bağlamda sorgulamaktadır. Feminizmin temel amacı; kadınların erkekler karşısındaki tarihsel olarak ikincilleştirilmiş konumunu görünür kılmak ve bu eşitsizliğin ortadan kaldırılmasına yönelik politik bir mücadele yürütmektir (Arat, 2022; Harding, 2011; Hooks, 2014; Steeves, 1994).

2.1. Siyasal İletişim ve Feminist Perspektif

Siyasetin ayrılmaz bir parçası haline gelen siyasal iletişim, iktidar ilişkilerinin üretildiği ve sürdürüldüğü temel alanlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Feminist perspektiften bakıldığında, siyasal iletişim pratikleri toplumsal cinsiyet hiyerarşilerini hem yansıtmakta hem de pekiştirmektedir. Fraser (Fraser, 2004), Habermas'ın kamusal alan kavramını eleştirerek, tarihsel olarak kamusal alanın eril bir yapı olarak kurulduğunu ve kadınların bu alandan sistematik olarak dışlandığını ifade etmektedir. Bu doğrultuda, siyasal iletişimin kendisi de cinsiyetlendirilmiş bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Feminist iletişim kuramcıları, medya temsilleri ve iletişim süreçlerinin toplumsal cinsiyet rollerini nasıl şekillendirdiğini ve sürdürdüğünü incelemiştir (Byerly & Ross, 2006). Siyasal iletişim alanında da bu eleştirel bakış açısı, kadın siyasetçilerin temsilinden, kadın seçmenlere yönelik söylemlere, kadın konularının siyasal gündemde nasıl yer bulduğuna kadar geniş bir perspektifle ele alınmalıdır. Toplumsal yaşamın düzenlenmesinde merkezi bir faktör olarak işlev gören toplumsal cinsiyet (Özmen vd., 2017, s. 475) siyasal iletişimin içeriğini ve biçimini de etkilemektedir. Feminist kuramcıların vurguladığı gibi kültürel olarak inşa edilen toplumsal cinsiyet kategorisi nedeniyle, toplumun kadınlardan ve erkeklerden beklentileri farklılaşmaktadır (Bhasin, 2003; Scott, 2013). Bu farklılaştırma, siyasal iletişim stratejilerinde

de kendini göstermektedir; kadın ve erkek siyasetçilerden farklı iletişim tarzları beklenmekte ve performansları farklı kriterlerle değerlendirilmektedir.

2.2. Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğinin Siyasal İletişime Yansımaları

Toplumsal cinsiyet rollerinin birbirinin ötekisi olarak konumlandırılması nedeniyle, tabi olan ve hâkim olan şeklinde bir şema karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla toplumsal cinsiyet rolleri toplumsal cinsiyet eşitsizliğini beraberinde getirmektedir. Toplumsal cinsiyet eşitsizliği, kadınlara ve erkeklere yüklenen roller nedeniyle fırsat ve kaynak kullanımında yaşanan ayrımcılığa işaret etmektedir. Toplumsal yapıda var olan ayrımcılık ve hak mahrumiyetleri bireyleri siyasi, ekonomik ve kültürel alanlarda sınırlandırarak temel hak ve özgürlüklerden yararlanmalarına engel olmaktadır. Dolayısıyla kadınlar, eğitim, sağlık hizmetleri, gelir ve istihdam olanakları açısından erkeklere oranla daha fazla eşitsizlikle karşılaşmaktadır (Bardakçı & Oğlak, 2022, s. 71). Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ortaya çıkmasında çeşitli aktörler rol oynamaktadır. Aile, ilk sosyalleşme kurumu olarak toplumsal cinsiyet rollerinin öğrenildiği yer olarak karşımıza çıkarken; eğitim kurumları bu rollerin pekiştirilmesine katkıda bulunmaktadır (Bardakçı & Oğlak, 2022, s. 73). Ancak siyasal iletişim perspektifinden özellikle, kamusal/özel alan karşıtlığı, ataerkil ideoloji ve medyanın toplumsal cinsiyet rollerini yeniden üretmedeki işlevi dikkat çekmektedir.

Geleneksel olarak, siyaset, edebiyat ve iş yaşamını kapsayan kamusal alan erkeklerin alanı olarak kabul edilirken; aile ve ev işleriyle sınırlandırılan özel alan ise kadınların alanı olarak kabul edilmektedir. Bu ayrım siyasal iletişimde de kendini göstermektedir. Kamusal alanda konumlandırılan erkek siyasetçilerin siyasal iletişim dili rasyonel, saldırgan, hırslı, uzman, rekabetçi, deneyimli ve otoriter şeklinde kurulurken; dişil retorik aile bakımı, şefkat, naiflik ve başkalarının ihtiyaçlarına karşı duyarlılık şeklinde tanımlanmaktadır. Bununla birlikte, erkeklere özgü kabul edilen otorite, rasyonel olma, rekabetçi ve hırslı olma gibi nitelikler kadınlar tarafından kabul edilirken; erkek siyasetçiler kadınlara özgü stilleri reddetme eğilimindedir (Manning & Short-Thompson, 2009, s. 254). Bu doğrultuda feminist hareket “kamusal erkek” ve “özel kadın” ayrımını ortadan kaldırma mücadelesi vermektedir (Heywood, 2007, s. 294).

Kamusal ve özel alan bağlamında kadınların erkeklere oranla ikincil konuma yerleştirilmelerinin temelinde erkek egemenliğine dayalı ideoloji karşımıza çıkmaktadır. Ataerkil ideoloji, erkekliğe güç, ayrıcalık ve otorite atfeden bir sistem olarak (Cranny-Francis vd., 2019, s. 15) siyasal iletişimin içeriğini ve dilini de şekillendirmektedir. Ataerkil ideolojinin bir diğer yansıması, mesleklerin cinsiyetlere göre sınıflandırılmasıdır. “*Toplumsal cinsiyet ilişkilerinin doğal olgular olarak yorumlanması*” (Connell, 1998, s. 321) mesleklerin cinsiyete göre farklılaşması noktasında büyük bir rol oynamaktadır. Cinsiyete dayalı iş bölümü nedeniyle kültür ve doğa gibi alanlarla bir tutulan hemşirelik, hasta bakıcılık, öğretmenlik gibi meslekler kadınlara yönelik meslekler olarak değerlendirilirken; mühendislik, antrenörlük, siyasi liderlik gibi akıl ve güce dayalı pek çok meslek erkeklere özgü kabul edilmektedir (Atabey & Hasta, 2018, s. 498). Bu bağlamda erkeklerin ön plana çıktığı siyaset alanında, kadınların ikincil konumları dikkat çekmektedir.

2.3. Siyasette Toplumsal Cinsiyet Temsili

Siyaset, bir yandan toplumun tüm üyelerinin yararına olabilecek bir düzen kurma çabası, diğer yandan bir iktidar mücadelesi olarak farklı yaklaşımlarla ele alınmaktadır (Kapani, 2009, s. 18). Ataerkil değerlerin hâkim olduğu toplumlarda kadınlar özel alanla sınırlandırılarak kamusal

alandan ve dolayısıyla siyasetten dışlanmaktadır. Siyasetin erkek egemen bir alan olarak konumlandırılması, Antik Yunan'dan günümüze uzanmaktadır. Bu tarihsel süreçte, "doğal farklılık" söylemi erkeklerin üstünlüğünü meşrulaştırmış, Berktaş'ın (Berktaş, 2000, s. 133) ifadesiyle "bir üstün erkekler evreni" yaratılmıştır.

Siyasetin erkek egemen ideoloji doğrultusunda cinsiyetlendirilmiş yapısı kadınları siyasi alanın dışında konumlandırmaktadır. Bunun yanı sıra çeşitli siyasi uygulamalar toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden dolaşıma sokulmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Ataerkil toplumlarda erkeklerin kadınlara oranla hem statüsel hem de sayısal olarak daha güçlü bir konumda yer almaları nedeniyle siyasetin kuralları erkekler tarafından belirlenmektedir (Tekeli, 1998, s. 121). Ev içi emeği, çocuk bakımı gibi kadınlara yüklenen sorumluluklar kadınları siyasi eylemlerden uzaklaştırırken; siyasetin ataerkil yapısı da kadınların özel alanlara sıkışmasına yol açmaktadır. Bu bağlamda siyaseti; oluşum sürecinden örgütlenme biçimine, önermelerden kullanılan dile, kadın ve erkek vatandaşları siyaset yapmaya çağırışındaki değişikliklere varıncaya kadar pek çok aşamada cinsiyetçiliği içinde barındıran bir alan olarak tanımlamak mümkündür (Terkan, 2010, ss. 115-116).

Siyasette toplumsal cinsiyet eşitliğini ölçmenin en temel yollarından biri siyasi katılımı kadınların varlığını incelemektir. Siyasi katılımı "vatandaşların hükümet yetkililerinin seçimini ve onların yaptıkları işleri doğrudan ve dolaylı olarak etkilemek amacıyla giriştikleri yasal eylemler" (Akıncı, 2014, s. 37) şeklinde tanımlamak mümkündür. Kadınların parlamentodaki temsil oranı, hem demokratik sistemin niteliğinin hem de toplumsal cinsiyet eşitliğinin bir göstergesidir (Kenworthy & Malami, 1999, s. 237). Ancak kamusal/özel alan ikiliği ve ataerkil kültür, kadınların siyasette yer almasını engelleyen temel faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır (Khelghat-Doost & Sibly, 2020, s. 406). Söz konusu faktörler kadınların siyasi iletişim araçlarına erişimini ve bu araçları etkin kullanma kapasitelerini de sınırlandırmaktadır. Dolayısıyla geleneksel toplumsal cinsiyet rollerinin hakim olduğu toplumlarda siyaset "erkek işi" olarak algılanmakta ve kadınların siyasi iletişim süreçlerine katılımı sınırlı kalmaktadır (Negiz, 2008).

2.4. Küresel Düzeyde Kadınların Siyasi Temsili

Temel bir insan hakkı olarak kabul edilen toplumsal cinsiyet eşitliği, sosyokültürel ve sosyoekonomik pek çok sorun çerçevesinde incelenmektedir. Kadınların ekonomik ve siyasi yaşama katılımı toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamakla birlikte, ülkelerin kalkınmasında da büyük bir rol oynamaktadır. Ancak, küresel ölçekte ele alındığında kadınların pek çok ayrımcılık çeşidine maruz kaldığı dikkat çekmektedir. Kadınların siyasette, akademide, kamu ve özel sektörde erkeklere oranla daha az temsil edildiği görülmektedir (*UN Women Highlights 2021–2022*, 2023). Uluslararası örgütler, küresel ölçekte bir bilinçlenme yaratarak kadın erkek eşitliği bağlamında önemli gelişmelerin yaşanmasında itici bir rol oynamaktadır (Öztürk, 2012, s. 30). Bu bağlamda Dünya Ekonomik Forumu (WEF), 2006 yılından bu yana küresel ölçekte "Küresel Cinsiyet Eşitsizliği Raporu" yayımlamaktadır. 2022 raporuna göre toplumsal cinsiyet eşitliği endeksine en yakın ilk beş ülke İzlanda, Finlandiya, Norveç, Yeni Zelanda ve İsveç'tir. Türkiye ise raporda 124. sırada yer almaktadır. Raporda küresel cinsiyet eşitsizliğinin ortadan kaldırılması için 132 yıla ihtiyaç olduğu vurgulanmaktadır (*Global Gender Gap Report 2022*, 2023).

Küresel Cinsiyet Eşitsizliği Raporu'nun 2021 yılı verileri incelendiğinde 156 ülkedeki toplam 35.500 parlamento koltuğunun %26,1'inin kadınlara ait olduğu, kadın bakan oranının ise %22,6 olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, devlet başkanlığı pozisyonunda çok az kadının görev

yaptığı, 156 ülkenin 81'inde kadınların hiç devlet başkanı olarak görev yapmadığı tespit edilmiştir (*Global Gender Gap Report 2021, 2023*, s. 5). 2022 raporunda ise kadınların bakanlık pozisyonlarındaki payının 2006-2022 arasında yaklaşık iki katına çıktığı (%9,9'dan %16,1'e), parlamentodaki oranının ise %14,9'dan %22,9'a yükseldiği belirtilmektedir (*Global Gender Gap Report 2022, 2023*, s. 39).

İncelenen veriler göstermektedir ki, kadınların dünya nüfusunun yarısını oluşturmalarına rağmen, bu sayısal eşitlik siyasi katılıma yansımamaktadır (Açer & Topuz, 2022, s. 129). Gül ve Altındal'ın altını çizdiği gibi *“çoğu kez kadınlar, biçimsel temsilden gerçek temsile, siyasetin vitrininden mutfağına, yani demokrasinin ve eşitliğin sembolikliğinin ötesine geçememiştir”* (Gül & Altındal, 2016, s. 59). Kadın hareketlerinin mücadeleleri sonucunda kadınların siyasi katılımında artış gözlenirse de, bu katılım erkeklerle karşılaştırıldığında hala düşük düzeydedir. Tarihsel olarak erkeklerin alanı olarak kurulan siyaset, günümüzde de eril kültür tarafından belirlenmektedir (Mäkelä vd., 2015, s. 296). Bu eril kültür, siyasal iletişim stratejilerinin içeriğini, dilini ve biçimini şekillendirmeye devam etmektedir.

2.5. Medya, Siyasal İletişim ve Toplumsal Cinsiyet

Medya, toplumsal cinsiyet rollerine etki eden temel unsurlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumun en önemli sosyalleşme mekanizmalarından biri olan medyanın belirli stereotipler çerçevesinde sunduğu temsiller, ataerkil değerlerin hâkim olduğu toplumsal yapıdaki geleneksel tutumları yeniden üretmekte ve meşrulaştırmaktadır (Dorer, 2006). Çünkü ataerkil ideolojinin kadın emeği üzerindeki denetimle bağlantılı olarak ortaya çıkan maddi temelinin yanı sıra, kadın üzerindeki simgesel üretimi de önemli bir rol oynamaktadır (Dursun, 2011, s. 604). Çeşitli çalışmaların ortaya koyduğu üzere; dramalardan filmlere, reklamlardan haber metinlerine kadar farklı medya metinleri, toplumsal yapıda var olan eşitsizliğin görüldüğü ve yeniden üretildiği alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Boztepe, 2017; Çelenk, 2010; Dursun, 2011). Çelenk'in altını çizdiği gibi medyada *“kadın temsiliinde yıllar içinde görece bir iyileşme olduğu halde, cinsiyet ayrımı baki kalmış”*tır (Çelenk, 2010, s. 231).

Geleneksel medyanın yanı sıra yeni iletişim teknolojileri çerçevesinde gündelik yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelen yeni medyada da benzer cinsiyetçi temsiller karşımıza çıkmaktadır. Diğer yandan yeni medya, bireylerin ve siyasetçilerin, kendi temsiliyetlerine imkân vermesi açısından önem kazanmaktadır. Bu çerçevede yeni medyada liderlerin kendi temsillerini doğrudan kamuya sunabilmeleri, siyasal iletişim stratejilerinde toplumsal cinsiyetin nasıl temsil edildiğini analiz etmeyi önemli hâle getirmiştir. X gibi sosyal medya platformlarında liderlerin verdiği mesajlar, yalnızca siyasal pozisyonlarını değil, toplumsal cinsiyet normlarına ilişkin yaklaşımlarını da yansıtmaktadır. Bu çalışma, feminist kuramı temel alarak kadın ve erkek liderlerin siyasal iletişim stratejilerinde toplumsal cinsiyeti nasıl temsil ettiklerini karşılaştırmalı biçimde analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda siyasal söylemin yeni medya aracılığıyla nasıl cinsiyetlendirilerek yapılandığını ortaya koymak hedeflenmektedir.

3. Yöntem

Siyasal iletişim stratejilerini kullanım biçimlerinde toplumsal cinsiyet rollerini sorgulamanın temel amaç olduğu bu çalışmada, feminist kuram çalışmanın teorik çerçevesini oluşturmaktadır. Feminist kuram *“bir anlama ve yorumlama aracı olduğu kadar, dönüştürmenin yolunu açabilecek bir eleştirel perspektif”* (Berktaş, 2003, s. 12) sunmaktadır. Bu teorik perspektif, liderlerin siyasal iletişim stratejilerindeki toplumsal cinsiyet temelli

söylemleri ve pratikleri çözümlemede araştırmaya rehberlik etmektedir. Araştırmada, iki aşamalı bir metodolojik yaklaşım benimsenmiştir. Öncelikle liderlerin yönetim anlayışlarında toplumsal cinsiyet rollerinin nasıl konumlandırıldığını belirlemek amacıyla nitel veri toplama yöntemlerinden doküman incelemesi kullanılmıştır (Yıldırım & Şimşek, 2018). Bu kapsamda, örnekleme dahil edilen ülkelerin resmi web sitelerinde yer alan parti programları veya seçim bildirgeleri incelenmiştir. Etiyopya liderinin bağımsız aday olması nedeniyle parti programına erişim sağlanamamış, bunun yerine liderin siyasi kariyeri çerçevesinde yönetim ideolojisini yansıtan çeşitli web siteleri incelenmiştir.

Bununla birlikte liderlerin X hesapları, incelenen dokümanlardan elde edilen bilgiler göz önünde tutularak, siyasal iletişim stratejilerini nasıl kullandıkları bağlamında içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. İçerik çözümlemesi: *“sosyal gerçeğin görünen (manifest) içeriklerinin özelliklerinden, yazılı/açık (manifest) olmayan içerik özellikleri hakkında çıkarımlar yapmak yoluyla sosyal gerçeği araştıran bir yöntem”* (Türkdoğan & Gökçe, 2012, s. 318) olması sebebiyle tercih edilmiştir. X, siyasi aktörler tarafından en çok kullanılan siyasal iletişim araçlarından biri olması sebebiyle analiz nesnesi olarak seçilmiştir. Çalışmada büyük bir veri seti kullanılması nedeniyle bilgisayar destekli analiz yöntemlerinden Maxqda (2024) programı kullanılmıştır. Tweetlerin incelenmesiyle verilerden çıkan kavramlara göre kod cetveli oluşturulmuş ve bu kodlar Maxqda programı aracılığıyla temalara ayrılmıştır. Bu çerçevede elde edilen veriler Maxqda yazılım programı aracılığıyla organize edilerek raporlaştırılmıştır.

3.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Dünya Ekonomik Forumu tarafından yayınlanan 2022 Küresel Cinsiyet Eşitsizliği Raporu'nda yer alan 146 ülke oluşturmaktadır. Evrenin büyüklüğü göz önünde bulundurulduğunda sınırlılık açısından tüm ülkeleri incelemenin mümkün olmadığı çalışmada, amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme tekniği benimsenmiştir. Ölçüt örnekleme, araştırmanın amacına hizmet eden, önceden belirlenmiş kriterlere dayalı olarak örneklem seçimini ifade etmektedir (Patton, 2010). Çalışmada temel alınan ölçüt örnekleme kriterleri; coğrafi temsiliyet, ülkelerin toplumsal cinsiyet eşitliği sıralamaları, liderlerin cinsiyet dağılımı ve X hesaplarının olmasıdır.

Bu kriterler doğrultusunda, karşılaştırmalı analize olanak sağlayacak şekilde beş ülke örnekleme dahil edilmiştir: İzlanda (Avrupa), Kanada (Kuzey Amerika), Etiyopya (Afrika), Hindistan (Asya) ve Türkiye. Araştırmanın Türkiye'de gerçekleştirilmesi nedeniyle, yerel bağlam ve karşılaştırma olanağı sağlaması amacıyla Türkiye örnekleme özellikle dahil edilmiştir. Seçilen ülkeler, toplumsal cinsiyet eşitliği açısından 2022 Küresel Cinsiyet Eşitsizliği Raporu'nda farklı sıralamalarda yer almaktadır. Bu çeşitlilik, farklı toplumsal cinsiyet eşitliği seviyelerindeki ülkelerin siyasal iletişim stratejilerinde toplumsal cinsiyet rollerinin nasıl konumlandırıldığını karşılaştırmalı olarak analiz etme imkanı sunmaktadır. Bununla birlikte örneklem kapsamında her ülkeden, yönetim konusunda en yetkili pozisyonda bulunan liderler cinsiyet dağılımı baz alınarak araştırmaya dahil edilmiştir. Örneklemde yer alan ülkeler ve özellikleri aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo 1. Örneklemde Yer Alan Ülkeler

Ülke	KCER Sıralaması	Lider İsmi / Cinsiyeti	Görevi	Partisi	X Hesabı
İzlanda	1.	Katrin Jakobsdottir / K	Başbakan	İzlanda Sol Yeşil Hareket Partisi	V

Kanada	25.	Justin Trudeau/E	Başbakan	Kanada Liberal Partisi	V
Etiyopya	74.	Sahle-Work Zewde/ K	Devlet Başkanı	Bağımsız	V
Türkiye	124.	Recep Tayyip Erdoğan/ E	Devlet Başkanı	Adalet ve Kalkınma Partisi	V
Hindistan	135.	Draupadi Murmu /K	Cumhurbaşkanı	Hindistan Halk Partisi	V

Kaynak: (Global Gender Gap Report 2022, 2023)

3.2. Sınırlılıklar

X, araştırmacıların veri çekebilmesi için API anahtarı alınmasını zorunlu tutmaktadır. API başvurusu X tarafından onaylandığı takdirde araştırmacılar ücretsiz bir şekilde alınan API'ler yardımıyla veri çekebilmektedir. Diğer yandan Phyton gibi yazılımlar aracılığıyla API başvurusu yapmadan da veri indirmek mümkündür. Ancak Elon Musk'ın X'i satın almasıyla X'in pek çok uygulamayı paralı hale getirdiği görülmektedir. Bu doğrultuda Şubat 2023'te X üzerinden paylaşılan bir tweet ile API'ye ücretsiz erişimin kaldırıldığı duyurulmuştur (XDevelopers, 2023). Dolayısıyla X üzerinden gerçekleştirilecek çalışmalarda geriye dönük veri indirmek isteyen araştırmacılar Şubat 2023 tarihinden bu yana belirli bir ücret karşılığında API olarak veri indirebilmektedir. Bununla birlikte söz konusu API ile maksimum 10.000 tweet çekilebilmektedir. Bu sınırlılıklar çerçevesinde örneklemde yer alan ülke liderlerinin en son paylaştıkları 700 tweet indirilmiştir.

4. Bulgular ve Yorum

4.1. Liderlerin Yönetim Anlayışlarında Toplumsal Cinsiyet Rollerinin İncelenmesi

Parti programları, seçim manifestoları ve siyasi kariyerleri çerçevesinde yaptıkları söylemler incelendiğinde, liderlerin toplumsal cinsiyete yönelik bakış açılarını ortaya koymak mümkün görünmektedir. Bu bağlamda partilerin web siteleri incelendiğinde İzlanda, Kanada ve Türkiye'nin parti programlarına ulaşılabilirken; Hindistan'ın seçim bildirgesine ulaşılmış ve bu ülkelerin toplumsal cinsiyete yönelik bakış açıları söz konusu belgeler doğrultusunda incelenmiştir. Etiyopya liderinin bağımsız aday olması nedeniyle parti programına ulaşamamıştır. Bu çerçevede Etiyopya liderinin siyasi kariyeri çerçevesinde yaptığı söylemler ve çalışmalarını konu alan çeşitli siteler incelenerek toplumsal cinsiyete yönelik yaklaşımı ortaya konmuştur.

Küresel cinsiyet eşitliği sıralamasında birinci sırada yer alan İzlanda'nın web sitesi ve parti programı incelendiğinde; toplumsal eşitlik, eşitlik ve sürdürülebilirlik, eğitim, refah politikaları, kuir, kadın özgürlüğü ve feminizm, gençler, çevre ve küresel ısınma, demokrasi, turizm, tarım, ekonomi, barış ve emek, sosyal adalet, küresel ölçekte barış ve özgürlük ile feminizm başlıklarının öne çıktığı görülmektedir. İzlanda Sol Yeşil Partisi'nin toplumsal cinsiyete yönelik bakış açısı incelendiğinde parti programında sosyal adalet, toplumsal eşitlik ve toplumsal cinsiyet eşitliği kavramlarına yer verildiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte feminizm, partinin temel ilkeleri arasında öne çıkarken; toplumsal cinsiyet eşitsizliğini ortadan kaldırarak kadın ve kuir özgürlüğünü sağlamak partinin temel hedefleri çerçevesinde yer almaktadır (VG-english, 2022).

Küresel cinsiyet eşitliği sıralamasında yirmi beşinci sırada yer alan Kanada'nın web sitesi ve parti programı incelendiğinde; bireysel özgürlük, şeffaflık, demokrasi, iki dilli toplumsal yapı, toplumsal cinsiyet eşitliği, çeşitlilik, dirençli bir ekonomi, daha temiz ve yeşil bir gelecek başlıklarının öne çıktığı görülmektedir. Feminist bir hükümet olarak tanımlanan Kanada Liberal

Partisi'nin toplumsal cinsiyete yönelik bakış açısı incelendiğinde, parti programında toplumsal cinsiyet eşitliği ile toplumsal cinsiyet çeşitliliği kavramlarına yer verildiği tespit edilmiştir. "Herkes için eşit Kanada" vurgusunun hâkim olduğu programda LGBT haklarına büyük önem verilmektedir. Bununla birlikte programda cinsiyete dayalı şiddetle mücadele başlığı öne çıkmaktadır (*Liberal Party of Canada, 2022*).

Küresel cinsiyet eşitliği sıralamasında yetmiş dördüncü sırada yer alan Etiyopya'nın Devlet Başkanı Sahle-Work Zewde'nin siyasal kariyeri çerçevesinde yaptığı çalışmalar ve söylemlerinde; iklim değişikliği, çevre ve afet risklerini azaltma politikaları ile kadınların güçlendirilmesine yönelik politikalar öne çıkmaktadır. Bununla birlikte Zewde'nin konuşmalarında toplumsal cinsiyet eşitliği, kadınların ezilmesini reddeden bir toplum anlayışı ile kadın ve kız çocuklarının güçlendirilmesi ilkelerinin öne çıktığı görülmektedir (*Africa Pre-Commission on the Status of Women Sixty-Six (CSW66), 2022; www.africanews.com, 2022*). Bu çerçevede Etiyopya Devlet Başkanı Sahle-Work Zewde'nin toplumsal cinsiyete yönelik bakış açısı incelendiğinde; hem çalışmalarında hem de söylemlerinde toplumsal cinsiyet eşitliği vurgusunun öne çıktığı görülmektedir. Kadınların ezilmesini reddeden bir toplum anlayışına sahip olan Zewde'nin, toplumsal yapıda kadınların güçlendirilmesi ve kamusal yaşama katılımının artırılması konularında çalışmalar yürüttüğü tespit edilmiştir (*www.africanews.com, 2022*).

Küresel cinsiyet eşitliği sıralamasında yüz yirmi dördüncü sırada yer alan Türkiye'nin web sitesi ve parti programı incelendiğinde; şeffaflık, millî irade, özgürlük, demokratikleşme, temel hak ve özgürlüklerin korunması, laik, demokratik ve sosyal bir hukuk devleti, inanç özgürlüğü, fırsat eşitliği ile demokrasi başlıklarının öne çıktığı görülmektedir. Bununla birlikte Adalet ve Kalkınma Partisi'nin toplumsal cinsiyete yönelik bakış açısı incelendiğinde parti programında "Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi" uyarınca kadın erkek eşitliği, cinsel ve ekonomik istismarın önlenmesi, kadınların kamusal yaşama ve siyasete katılımının özendirilmesi ile kız çocuklarının okullaşma oranının artırılması başlıklarına yer verildiği görülmektedir. Parti programında toplumsal cinsiyet eşitliği kavramına yer verilmediği; bunun yerine kadın-erkek eşitliği kavramının kullanıldığı görülmektedir. Bunun yanı sıra programda kadınların aile içindeki rolüne vurgu yapıldığı tespit edilmiştir (*AK PARTİ, 2022; Ak Parti Programı, 2022*).

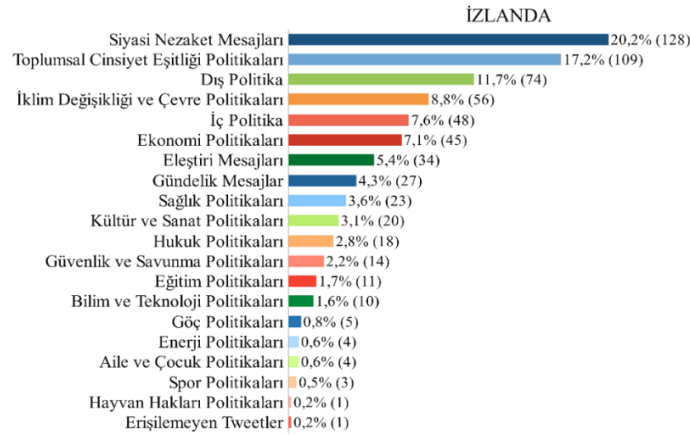
Küresel cinsiyet eşitliği sıralamasında yüz otuz beşinci sırada yer alan Hindistan'ın web sitesi ve 2019 seçim bildirgesi incelendiğinde; Hindistan Halk Partisi, kültürel milliyetçilik ideolojisine sahip bir halk partisi şeklinde tanımlanmaktadır. Bu çerçevede kadın, gençlik, çiftçi, yaşlı vatandaşlar, ekonomi, altyapı, kalkınma, fakirlik, yolsuzlukla mücadele, eğitim, sağlık ve savunma başlıklarının öne çıktığı görülmektedir. Bununla birlikte kadın başlığı altında partinin kadınlara yönelik çeşitli politikalarına yer verilmektedir. Hindistan Cumhurbaşkanı Draupadi Murmu'nun bağlı olduğu Hindistan Halk Partisi'nin toplumsal cinsiyete yönelik bakış açısı incelendiğinde; bildirmede toplumsal cinsiyet eşitliği vurgusu dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda toplumsal cinsiyet eşitliğini geliştirmeye yönelik politikalar arasında; kadın haklarının güçlendirilmesi, Müslüman kadın haklarının korunması, kadın işçilere çocuk yardımı ile hamile kadınların sağlığını korumak için geliştirilen politikalar yer almaktadır. Bununla birlikte seçim bildirgesinde toplumsal cinsiyet eşitliği çerçevesinde kadınların güçlendirilmesi, trans bireylere yönelik eşitlikçi politikaların geliştirilmesi, eğitim müfredatlarının toplumsal cinsiyet eşitliği çerçevesinde düzenlenmesi ile kamu ofislerinde toplumsal cinsiyet eşitliği düzenlemesi yapılmasına yönelik hedeflere yer verildiği tespit edilmiştir (*Bharatiya Janata Party, 2023; Hindistan Halk Partisi Parti Programı, 2023*).

Liderlerin parti programları, seçim bildirgeleri veya siyasi kariyerleri çerçevesinde yaptıkları çalışmalar ve söylemleri incelendiğinde toplumsal cinsiyet rollerine yönelik bakış açılarını genel bir çerçevede ortaya koymak mümkündür. Araştırma çerçevesinde yanıt aradığımız “toplumsal cinsiyet rolleri, liderlerin yönetim anlayışlarında nasıl konumlandırılmaktadır?” sorusuna karşılık, örneklemde yer alan tüm ülkelerde toplumsal cinsiyet eşitliği vurgusu yapan bir yönetim anlayışı ile lider imajı çizildiğini ifade etmek mümkün görünmektedir.

4.2. Liderlerin X Paylaşımlarının İçerik Analizi

Araştırma soruları arasında yer alan “kadın ve erkek liderlerin yeni medyayı kullanarak oluşturdukları siyasal iletişim, toplumsal cinsiyet rolleri açısından nasıl farklılık göstermektedir?” sorusunu yanıtlamak amacıyla liderlerin X paylaşımları Maxqda programı kullanılarak içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Liderlerin siyasal iletişim stratejilerinin toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde nasıl farklılaştığını ortaya koymak amacıyla X paylaşımlarında yer alan temalar ve ilkeler ortaya konmuştur. Bununla birlikte liderlerin yönetim anlayışlarında öne çıkan ilkeler ile X paylaşımlarında öne çıkan ilkeler karşılaştırılmıştır.

Çalışmada X’in veri indirme politikaları çerçevesinde liderler tarafından paylaşılan son 700 tweet incelemeye tabi tutulmuştur. İzlanda lideri Katrin Jakobsdottir’in X’i kullanmaya başladığı 22 Nisan 2016 tarihinden tweetlerin indirildiği 11 Mayıs 2023 tarihine kadar toplam 507 tweet atıldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda çalışmada 507 tweet analiz edilmiş, ancak tweetlerin genellikle birden fazla kategoriye uyması nedeniyle 757 koda ulaşılmıştır. Elde edilen kodlar Maxqda programı aracılığıyla temalara ayrılmış ve 20 temaya ulaşılmıştır:

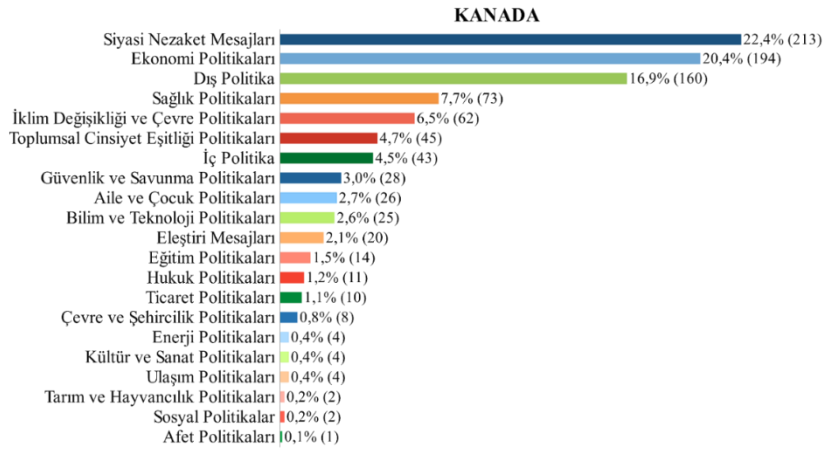


Şekil 1. İzlanda Liderinin Siyasal İletişim Stratejilerinde Öne Çıkan Temalar

Katrin Jakobsdottir’in paylaşımlarında yer alan temalar incelendiğinde ilk sırada siyasi nezaket mesajları (128) karşımıza çıkarken; ikinci sırada toplumsal cinsiyet eşitliği politikalarının (109) yer aldığı görülmektedir. Bununla birlikte İzlanda liderinin X paylaşımları incelendiğinde sırasıyla; dış politika (74), iklim değişikliği ve çevre politikaları (56), iç politika (48), ekonomi politikaları (45), eleştiri mesajları (34), gündelik mesajlar (27), sağlık politikaları (23), kültür ve sanat politikaları (20), hukuk politikaları (18), güvenlik ve savunma politikaları (14), eğitim politikaları (11), bilim ve teknoloji politikaları (10), göç politikaları (5), enerji politikaları (4), aile ve çocuk politikaları (4), spor politikaları (3), hayvan hakları politikaları (1) ve erişilemeyen tweetler (1) başlıkları çerçevesinde paylaşımlara yer verildiği tespit edilmiştir. Bu dağılım, İzlanda liderinin siyasal iletişim stratejilerinde geniş bir tematik çeşitlilik sergilediğini göstermektedir.

Diğer yandan Katrin Jakobsdottir'in X paylaşımları incelendiğinde toplumsal cinsiyet eşitliği, demokrasi, kuir, toplumsal eşitlik, ekonomik refah, insan hakları, uluslararası hukukun üstünlüğü, kadın özgürlüğü ve feminizm, medya ve ifade özgürlüğü, toplumsal cinsiyet çeşitliliği, ırkçılıkla mücadele, adalet, ayrımcılıkla mücadele, barış, özgürlük ve yolsuzlukla mücadele olmak üzere 17 ilke karşımıza çıkmaktadır. Jakobsdottir'in partisi Sol-Yeşil Hareket Partisi'nin programı incelendiğinde ise toplumsal eşitlik, eşitlik ve sürdürülebilirlik, kuir, kadın özgürlüğü ve feminizm, barış, demokrasi, özgürlük, sosyal adalet, çevre ve küresel ısınma ile ekonomik refah gibi ilkelerin yer aldığı görülmektedir. İzlanda liderinin siyasal iletişim stratejilerinde öne çıkan ilkeler ile parti programında yer verilen ilkelerin birbiriyle uyumlu olduğu tespit edilmiştir.

Kanada lideri Justin Trudeau'nun çalışma kapsamında incelenen tweetleri 27 Şubat 2023-10 Mayıs 2023 tarih aralığını kapsamaktadır. Bu bağlamda çalışmada 700 tweet analiz edilmiş, ancak tweetlerin genellikle birden fazla kategoriye uyması nedeniyle 1009 koda ulaşılmıştır. Elde edilen kodlar Maxqda programı aracılığıyla temalara ayrılmış ve 21 temaya ulaşılmıştır:

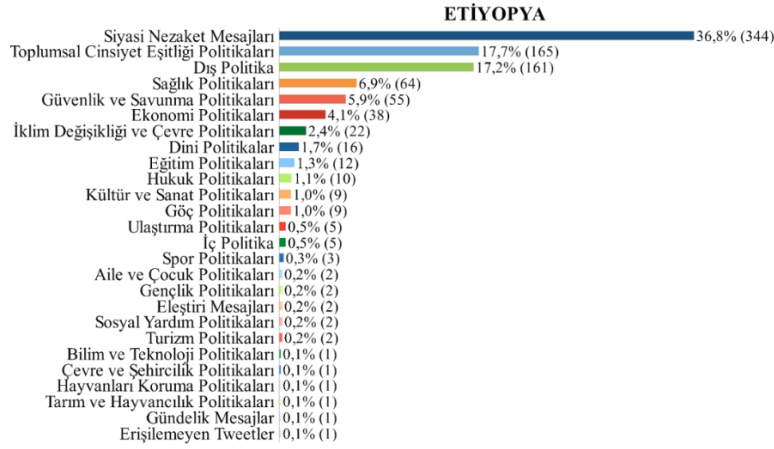


Şekil 2. Kanada Liderinin Siyasal İletişim Stratejilerinde Öne Çıkan Temalar

Justin Trudeau'nun paylaşımlarında yer alan temalar incelendiğinde ilk sırada siyasi nezaket mesajları (213) karşımıza çıkarken; ikinci sırada ekonomi politikalarının (194) yer aldığı görülmektedir. Bununla birlikte Kanada liderinin X paylaşımları incelendiğinde sırasıyla; dış politika (160), sağlık politikaları (73), iklim değişikliği ve çevre politikaları (62), toplumsal cinsiyet eşitliği politikaları (45), iç politika (43), güvenlik ve savunma politikaları (28), aile ve çocuk politikaları (26), bilim ve teknoloji politikaları (25), eleştiri mesajları (20), eğitim politikaları (14), hukuk politikaları (11), ticaret politikaları (10), çevre ve şehircilik politikaları (8), enerji politikaları (4), kültür ve sanat politikaları (4) ulaşım politikaları (4) tarım ve hayvancılık politikaları (2), sosyal politikalar (2), afet politikaları (1) başlıkları çerçevesinde paylaşımlara yer verildiği tespit edilmiştir. Bu dağılım, Kanada liderinin siyasal iletişim stratejilerinde geniş bir tematik çeşitlilik sergilediğini göstermektedir.

Diğer yandan Justin Trudeau'nun X paylaşımları incelendiğinde demokrasi, barış, ekonomik refah, feminizm, inanç özgürlüğü, özgürlük, toplumsal eşitlik, adalet, ayrımcılıkla mücadele, basın özgürlüğü, ırkçılıkla mücadele ve insan hakları olmak üzere 12 ilke karşımıza çıkmaktadır. Trudeau'nun partisi Kanada Liberal Partisi'nin parti programı incelendiğinde ise demokrasi, toplumsal cinsiyet eşitliği, feminizm, şeffaflık, bireysel özgürlük ve dirençli bir ekonomi gibi ilkelerin yer aldığı görülmektedir. Kanada liderinin siyasal iletişim stratejilerinde öne çıkan ilkeler ile parti programında yer verilen ilkelerin birbiriyle uyumlu olduğu tespit edilmiştir.

Etiyopya lideri Sahle-Work Zewde'nin çalışma kapsamında incelenen tweetleri 10 Aralık 2017-10 Mayıs 2023 tarih aralığını kapsamaktadır. Bu bağlamda çalışmada 700 tweet analiz edilmiş, ancak tweetlerin genellikle birden fazla kategoriye uyması nedeniyle 1060 koda ulaşılmıştır. Elde edilen kodlar Maxqda programı aracılığıyla temalara ayrılmış ve 26 temaya ulaşılmıştır:

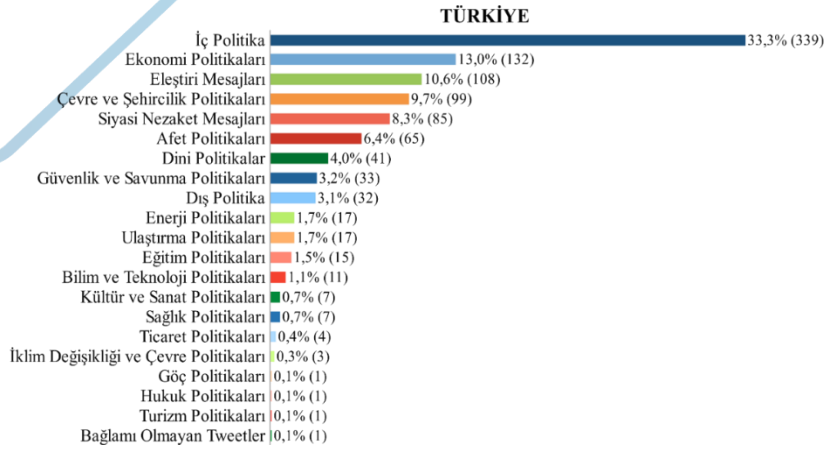


Şekil 3. Etiyopya Liderinin Siyasal İletişim Stratejilerinde Öne Çıkan Temalar

Sahle-Work Zewde'nin paylaşımlarında yer alan temalar incelendiğinde ilk sırada siyasi nezaket mesajları (344) karşımıza çıkarken; ikinci sırada toplumsal cinsiyet eşitliği politikalarının (165) yer aldığı görülmektedir. Bununla birlikte Etiyopya liderinin X paylaşımları incelendiğinde sırasıyla; dış politika (161), sağlık politikaları (65), güvenlik ve savunma politikaları (55), ekonomi politikaları (38), iklim değişikliği ve çevre politikaları (22), dini politikalar (16), eğitim politikaları (12), hukuk politikaları (10), kültür ve sanat politikaları (9), göç politikaları (9), ulaştırma politikaları (5), iç politika (5), spor politikaları (3), aile ve çocuk politikaları (2), gençlik politikaları (2), eleştiri mesajları (2), sosyal yardım politikaları (2), turizm politikaları (2), bilim ve teknoloji politikaları (1), çevre ve şehircilik politikaları (1), hayvanları koruma politikaları (1), tarım ve hayvancılık politikaları (1), gündelik mesajlar (1) ve erişilemeyen tweetler (1) başlıkları çerçevesinde paylaşımlara yer verildiği tespit edilmiştir. Bu dağılım, Etiyopya liderinin siyasal iletişim stratejilerinde geniş bir tematik çeşitlilik sergilediğini göstermektedir.

Diğer yandan Sahle Work-Zewde'nin X paylaşımları incelendiğinde bölgesel barış ve güvenlik, toplumsal cinsiyet eşitliği, birlik ve beraberlik, insan hakları, şiddetle mücadele, toplumsal eşitlik, demokrasi, ırkçılıkla mücadele, vatanseverlik, yolsuzlukla mücadele, ekonomik refah, etik liderlik, nefret söylemiyle mücadele, özgürlük, uluslararası hukukun üstünlüğü, adalet, ayrımcılıkla mücadele, bağımsızlık ve sömürgecilikle mücadele olmak üzere 19 ilke karşımıza çıkmaktadır. Bağımsız aday olması nedeniyle parti programına ulaşamayan Etiyopya liderinin siyasi kariyeri çerçevesinde yaptığı çalışmalar ve söylemlerinde; kadınların güçlendirilmesi, kadınların ezilmesini reddeden bir toplum anlayışı ile toplumsal cinsiyet eşitliği ilkelerinin yer aldığı görülmektedir. Etiyopya liderinin siyasal iletişim stratejilerinde öne çıkan ilkeler ile siyasi kariyeri çerçevesinde yaptığı çalışmalar ve söylemlerinde öne çıkan ilkelerin birbiriyle uyumlu olduğu tespit edilmiştir.

Türkiye Cumhuriyeti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın çalışma kapsamında incelenen tweetleri 6 Şubat 2023-11 Mayıs 2023 tarih aralığını kapsamaktadır. Bu bağlamda çalışmada 700 tweet analiz edilmiş, ancak tweetlerin genellikle birden fazla kategoriye uyması nedeniyle 1051 koda ulaşılmıştır. Elde edilen kodlar Maxqda programı aracılığıyla temalara ayrılmış ve 21 temaya ulaşılmıştır:

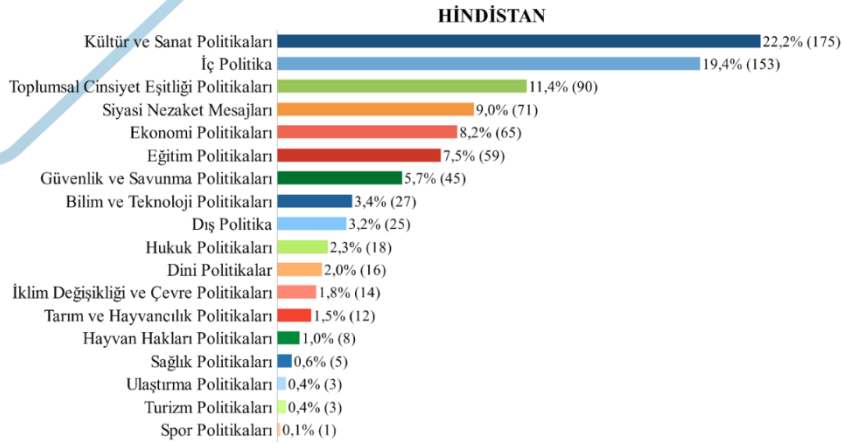


Şekil 4. Türkiye Cumhuriyeti Liderinin Siyasal İletişim Stratejilerinde Öne Çıkan Temalar

Recep Tayyip Erdoğan'ın paylaşımlarında yer alan temalar incelendiğinde ilk sırada iç politika (339) karşımıza çıkarken; ikinci sırada ekonomi politikalarının (132) yer aldığı görülmektedir. Bununla birlikte Türkiye liderinin X paylaşımları incelendiğinde sırasıyla; eleştiri mesajları (108) çevre ve şehircilik politikaları (99), siyasi nezaket mesajları (85), afet politikaları (65), dini politikalar (41), güvenlik ve savunma politikaları (33), dış politika (32), enerji politikaları (17), ulaştırma politikaları (17), eğitim politikaları (15), bilim ve teknoloji politikaları (11), kültür ve sanat politikaları (7), sağlık politikaları (7), ticaret politikaları (4), iklim değişikliği ve çevre politikaları (3), göç politikaları (1), hukuk politikaları (1), turizm politikaları (1) ile bağlamı olmayan tweetler (1) başlıkları çerçevesinde paylaşımlara yer verildiği tespit edilmiştir. Bu dağılım, Türkiye liderinin siyasal iletişim stratejilerinde geniş bir tematik çeşitlilik sergilediğini göstermekle birlikte, toplumsal cinsiyet eşitliği temasına yer verilmediğini ortaya koymaktadır.

Diğer yandan Recep Tayyip Erdoğan'ın paylaşımları incelendiğinde birlik ve beraberlik, yerli ve milli değerler, ekonomik refah, milliyetçilik ve milli irade olmak üzere 5 ilke karşımıza çıkmaktadır. Erdoğan'ın partisi Adalet ve Kalkınma Partisi'nin parti programı incelendiğinde ise milli irade, milliyetçilik, demokrasi, özgürlük, inanç özgürlüğü, temel hak ve özgürlüklerin korunması gibi ilkelerin yer aldığı görülmektedir. Bu bağlamda Türkiye Cumhuriyeti liderinin siyasal iletişim stratejilerinde öne çıkan ilkeler ile parti programında yer verilen ilkelerin birbiriyle uyumlu olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte Recep Tayyip Erdoğan'ın parti programında kadın erkek eşitliğinin geliştirilmesine yönelik ilkelere yer verilmesine rağmen; siyasal iletişim stratejilerinde toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik herhangi bir paylaşıma yer verilmediği tespit edilmiştir.

Örnekleme yer alan son ülke Hindistan lideri Draupadi Murmu'nun çalışma kapsamında incelenen tweetleri 25 Ocak 2023-11 Mayıs 2023 tarih aralığını kapsamaktadır. Bu bağlamda çalışmada 700 tweet analiz edilmiş, ancak tweetlerin genellikle birden fazla kategoriye uyması nedeniyle 814 koda ulaşılmıştır. Elde edilen kodlar Maxqda programı aracılığıyla temalara ayrılmış ve 18 temaya ulaşılmıştır:



Şekil 5. Hindistan Liderinin Siyasal İletişim Stratejilerinde Öne Çıkan Temalar

Draupadi Murmu'nun paylaşımlarında yer alan temalar incelendiğinde ilk sırada kültür ve sanat politikaları (175) karşımıza çıkarken; ikinci sırada iç politikanın (153) yer aldığı görülmektedir. Bununla birlikte Hindistan liderinin X paylaşımları incelendiğinde sırasıyla; toplumsal cinsiyet eşitliği politikaları (90), siyasi nezaket mesajları (71), ekonomi politikaları (65), eğitim politikaları (59), güvenlik ve savunma politikaları (45), bilim ve teknoloji politikaları (27), dış politika (25), hukuk politikaları (18), dini politikalar (16), iklim değişikliği ve çevre politikaları (14), tarım ve hayvancılık politikaları (12), hayvan hakları politikaları (8), sağlık politikaları (5), ulaştırma politikaları (3), turizm politikaları (3), spor politikaları (1), başlıkları çerçevesinde paylaşımlara yer verildiği tespit edilmiştir. Bu dağılım, Hindistan liderinin siyasal iletişim stratejilerinde geniş bir tematik çeşitlilik sergilediğini göstermektedir.

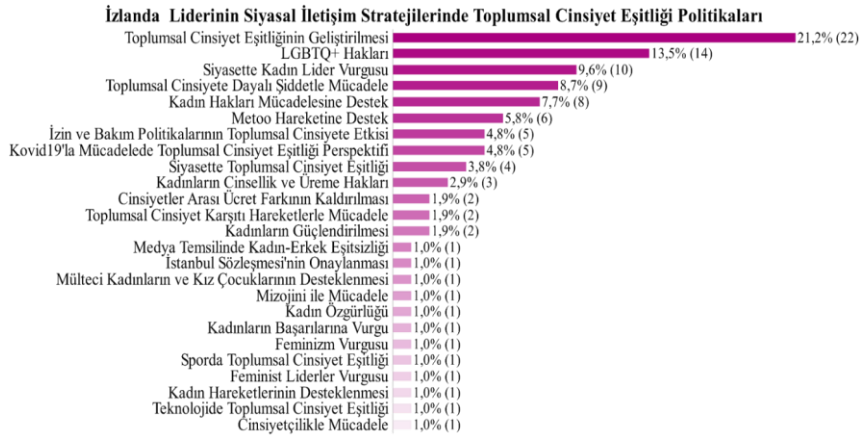
Diğer yandan Draupadi Murmu'nun paylaşımları incelendiğinde toplumsal cinsiyet eşitliği, demokrasi, adalet, bağımsızlık, toplumsal eşitlik, yolsuzlukla mücadele ile birlik ve beraberlik ilkesi olmak üzere 7 ilke karşımıza çıkmaktadır. Murmu'nun partisi Hindistan Halk Partisi'nin seçim bildirgesi incelendiğinde kültürel milliyetçilik, kadın, ekonomi, yolsuzlukla mücadele, savunma gibi başlıkların yanı sıra kadınların güçlendirilmesi, kadın sağlığının korunması gibi konuların öne çıktığı görülmektedir. Hindistan liderinin siyasal iletişim stratejilerinde öne çıkan ilkeler ile parti seçim bildirgesinde yer verilen ilkelerin birbiriyle uyumlu olduğu tespit edilmiştir.

4.3. Liderlerin Siyasal İletişim Stratejilerinde Toplumsal Cinsiyet Temsilinin İncelenmesi

Araştırma soruları arasında yer alan "yeni medya üzerinden oluşturulan siyasal iletişim stratejileri ile farklı ülkelerde toplumsal cinsiyet nasıl temsil edilmektedir?" sorusu bağlamında liderlerin X paylaşımlarında toplumsal cinsiyet eşitliği politikalarına yer verilip verilmediği ve toplumsal cinsiyet politikaları bağlamında hangi konuların öne çıktığı araştırılmıştır. Bununla birlikte liderlerin yönetim anlayışlarında toplumsal cinsiyet eşitliği çerçevesinde öne çıkan ilkeler ile X paylaşımlarında öne çıkan toplumsal cinsiyet eşitliği politikaları karşılaştırılmıştır. Bununla beraber hem çalışmanın geçerlilik ve güvenilirliğini artırmak hem de liderlerin toplumsal cinsiyete yönelik medya temsillerini incelemek amacıyla liderlerin X paylaşımları «kadın, erkek, toplumsal cinsiyet, cinsiyet eşitliği, kadın erkek eşitliği ve LGBT» anahtar kavramları kullanılarak nicel içerik analizine tabi tutulmuştur.

İzlanda liderinin X paylaşımları incelendiğinde toplumsal cinsiyet eşitliği politikaları ikinci sırada karşımıza çıkmaktadır. Katrin Jakobsdottir'in toplumsal cinsiyet eşitliği bağlamında yer verilen paylaşımları arasında; toplumsal cinsiyet eşitliğinin geliştirilmesi, LGBTQ+ hakları,

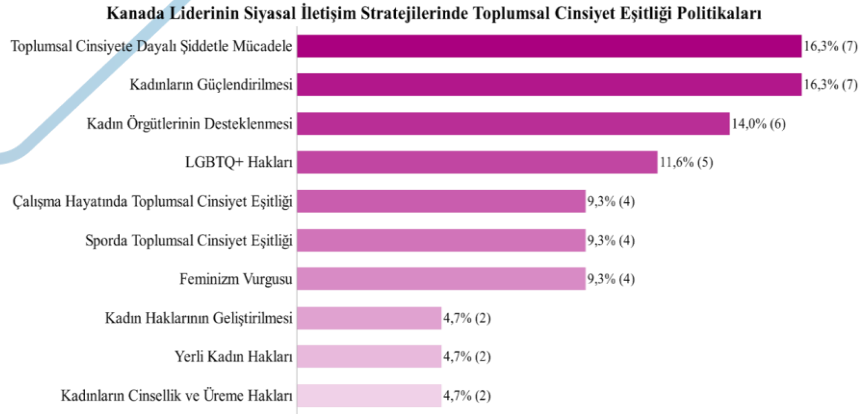
siyasette kadın lider vurgusu, toplumsal cinsiyete dayalı şiddetle mücadele, kadın hakları mücadelesine destek, metoo hareketine destek, izin ve bakım politikalarının toplumsal cinsiyete etkisi, kovid19'la mücadelede toplumsal cinsiyet eşitliği perspektifi, siyasette toplumsal cinsiyet eşitliği, kadınların cinsellik ve üreme hakları, cinsiyetler arası ücret farkının kaldırılması, toplumsal cinsiyet karşıtı hareketlerle mücadele, kadınların güçlendirilmesi, medya temsiline kadın-erkek eşitsizliği, İstanbul Sözleşmesi'nin onaylanması, mülteci kadınların ve kız çocuklarının desteklenmesi, mizojini ile mücadele, kadın özgürlüğü, kadınların başarılarına vurgu, feminizm vurgusu, sporda toplumsal cinsiyet eşitliği, feminist liderler vurgusu, kadın hareketlerinin desteklenmesi, teknolojiye toplumsal cinsiyet eşitliği ile cinsiyetçilikle mücadele olmak üzere 25 farklı konuda 109 paylaşım yer almaktadır:



Şekil 6. İzlanda Liderinin Siyasal İletişim Stratejilerinde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Politikaları

Bununla birlikte Jakobsdittir'in partisi İzlanda Sol Yeşil Hareket Partisi'nin parti programında yer alan toplumsal cinsiyete yönelik temel hedefler incelendiğinde; toplumsal cinsiyet eşitliği, feminizm, kadın ve kuir özgürlüğü ile toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ortadan kaldırılması başlıkları karşımıza çıkmaktadır. İzlanda liderinin X paylaşımları incelendiğinde ise toplumsal cinsiyet eşitliği politikaları çerçevesinde değerlendirilen tweetlerin kadın hareketini ve toplumsal cinsiyet eşitliği politikalarını güçlendirmeye yönelik paylaşımlar olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda İzlanda liderinin parti programında toplumsal cinsiyete yönelik öne çıkan temel ilkeler ile Jakobsdittir'in yeni medyada siyasal iletişim stratejileri çerçevesinde toplumsal cinsiyet temsiline birbiriyle uyumlu olduğu görülmektedir. Jakobsdittir'in paylaşımları kelime frekansları çerçevesinde incelendiğinde ise 68 defa kadın, 38 defa cinsiyet eşitliği, 33 defa toplumsal cinsiyet, 10 defa LGBT ve 7 defa erkek kelimelerinin geçtiği görülmektedir. Bu doğrultuda nitel ve nicel içerik analizi çerçevesinde İzlanda liderinin yeni medyada kurduğu siyasal iletişim stratejilerinde toplumsal cinsiyet eşitliği temsiline ön plana çıktığı tespit edilmiştir.

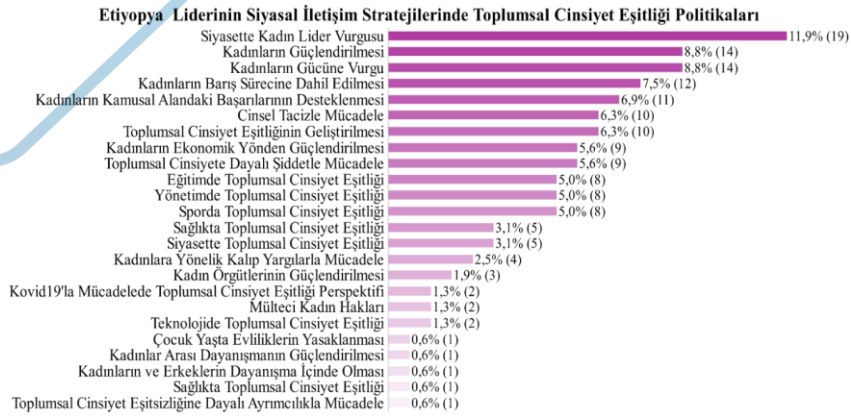
Kanada liderinin X paylaşımları incelendiğinde toplumsal cinsiyet eşitliği politikaları altıncı sırada karşımıza çıkmaktadır. Justin Trudeau'nun toplumsal cinsiyet eşitliği bağlamında yer verilen paylaşımları arasında toplumsal cinsiyete dayalı şiddetle mücadele, kadınların güçlendirilmesi, kadın örgütlerinin desteklenmesi, LGBTQ+ hakları, çalışma hayatında toplumsal cinsiyet eşitliği, sporda toplumsal cinsiyet eşitliği, feminizm vurgusu, kadın haklarının geliştirilmesi, yerli kadın hakları ve kadınların cinsellik ve üreme hakları olmak üzere 10 farklı konuda 45 paylaşım yer almaktadır:



Şekil 7. Kanada Liderinin Siyasal İletişim Stratejilerinde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Politikaları

Justin Trudeau'nun partisi Kanada Liberal Partisi'nin parti programında yer alan toplumsal cinsiyete yönelik temel hedefler arasında feminizm ilkesi öne çıkarken; toplumsal cinsiyet eşitliği, toplumsal cinsiyet çeşitliliği ve toplumsal cinsiyete dayalı şiddetle mücadele ilkelerinin yer aldığı görülmektedir. Kanada liderinin X paylaşımları incelendiğinde ise toplumsal cinsiyet politikaları çerçevesinde değerlendirilen tweetlerin toplumsal cinsiyet eşitliği politikalarını güçlendirmeye yönelik paylaşımlar olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda Kanada liderinin parti programında toplumsal cinsiyete yönelik öne çıkan temel ilkeler ile Trudeau'nun yeni medyada siyasal iletişim stratejileri çerçevesinde toplumsal cinsiyet temsiline birbiriyle uyumlu olduğu görülmektedir. Trudeau'nun paylaşımları kelime frekansları çerçevesinde incelendiğinde 68 defa kadın, 38 defa cinsiyet eşitliği, 33 defa toplumsal cinsiyet, 10 defa LGBT, 7 defa erkek kavramlarına rastlanırken; kadın erkek eşitliği kavramına yer verilmediği görülmektedir. Bu doğrultuda nitel ve nicel içerik analizi çerçevesinde Kanada liderinin yeni medyada kurduğu siyasal iletişim stratejilerinde toplumsal cinsiyet eşitliği temsiline yer verildiği tespit edilmiştir.

Etiyopya liderinin X paylaşımları incelendiğinde toplumsal cinsiyet eşitliği politikaları ikinci sırada karşımıza çıkmaktadır. Sahle-Work Zewde'nin toplumsal cinsiyet eşitliği çerçevesinde yer verilen paylaşımları arasında; siyasette kadın lider vurgusu, kadınların güçlendirilmesi, kadınların gücüne vurgu, kadınların barış sürecine dahil edilmesi, kadınların kamusal alandaki başarılarının desteklenmesi, cinsel tacizle mücadele, toplumsal cinsiyet eşitliğinin geliştirilmesi, kadınların ekonomik yönden güçlendirilmesi, toplumsal cinsiyete dayalı şiddetle mücadele, eğitimde toplumsal cinsiyet eşitliği, yönetimde toplumsal cinsiyet eşitliği, sporda toplumsal cinsiyet eşitliği, sağlıkta toplumsal cinsiyet eşitliği, siyasette toplumsal cinsiyet eşitliği, kadınlara yönelik kalıp yargılarla mücadele, kadın örgütlerinin güçlendirilmesi, kovid19'la mücadelede toplumsal cinsiyet eşitliği perspektifi, mülteci kadın hakları, teknolojiye toplumsal cinsiyet eşitliği, çocuk yaşta evliliklerin yasaklanması, kadınlar arası dayanışmanın güçlendirilmesi, kadınların ve erkeklerin dayanışma içinde olması, sağlıkta toplumsal cinsiyet eşitliği, toplumsal cinsiyet eşitsizliğine dayalı ayrımcılıkla mücadele olmak üzere 24 farklı konuda 165 paylaşım yer almaktadır:



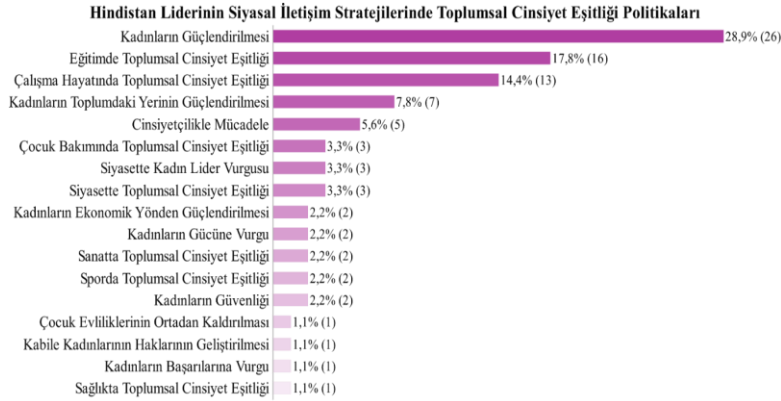
Şekil 8. Etiyopya Liderinin Siyasal İletişim Stratejilerinde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Politikaları

Bununla birlikte, parti programına ulaşamayan Etiyopya liderinin siyasi kariyeri çerçevesinde yaptığı çalışmalar ve söylemleri çerçevesinde ortaya konan toplumsal cinsiyete yönelik temel hedefleri incelendiğinde; toplumsal cinsiyet eşitliği, kadınların güçlendirilmesi, kadınların kamusal yaşama katılımının desteklenmesi ile kadınların ezilmesini reddeden bir toplum anlayışının yer aldığı görülmektedir. Etiyopya liderinin X paylaşımları incelendiğinde ise toplumsal cinsiyet politikaları çerçevesinde değerlendirilen tweetlerin kadın hareketini ve toplumsal cinsiyet eşitliği politikalarını güçlendirmeye yönelik paylaşımlar olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda Etiyopya liderinin siyasi kariyeri çerçevesinde yaptığı çalışmalar ve söylemlerinde toplumsal cinsiyete yönelik öne çıkan temel ilkeler ile Work-Zewde'nin yeni medyada siyasal iletişim stratejileri çerçevesinde toplumsal cinsiyet temsiline birbiriyle uyumlu olduğu görülmektedir. Zewde'nin paylaşımları kelime frekansları çerçevesinde incelendiğinde 210 defa kadın, 21 defa erkek, 16 defa cinsiyet eşitliği ve 10 defa toplumsal cinsiyet kelimelerinin geçtiği görülmektedir. Bu doğrultuda nitel ve nicel içerik analizi çerçevesinde Etiyopya liderinin yeni medyada kurduğu siyasal iletişim stratejilerinde toplumsal cinsiyet eşitliği temsiline ön plana çıktığı tespit edilmiştir.

Türkiye Cumhuriyeti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın X paylaşımları incelendiğinde toplumsal cinsiyet eşitliği politikalarına yönelik herhangi bir paylaşıma rastlanmamıştır. Bununla birlikte Recep Tayyip Erdoğan'ın partisi Adalet ve Kalkınma Partisi'nin parti programında toplumsal cinsiyet eşitliği kavramına yer verilmediği; ancak "Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi" çerçevesinde kadın erkek eşitliğinin sağlanmasına yönelik hedeflerin yer aldığı görülmektedir. Bununla beraber kadınlara yönelik politikaların parti programında genellikle aile ve çocuk bakımı çerçevesinde ele alındığı dikkat çekmektedir. Diğer yandan Erdoğan'ın paylaşımları kelime frekansları çerçevesinde incelendiğinde 1 defa kadın ve 1 defa LGBT kelimelerine rastlanırken; erkek, toplumsal cinsiyet, cinsiyet eşitliği ve kadın-erkek eşitliği kavramlarına yer verilmediği görülmektedir. Bununla birlikte LGBT kavramının "aile birliğini bozan sapkın bireyler" cümlesi içerisinde olumsuz bir anlamda kullanıldığı dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda nitel ve nicel içerik analizi çerçevesinde Türkiye Cumhuriyeti liderinin yeni medyada kurduğu siyasal iletişim stratejilerinde toplumsal cinsiyet eşitliği temsiline yer verilmediği tespit edilmiştir.

Son olarak Hindistan liderinin X paylaşımları incelendiğinde toplumsal cinsiyet eşitliği politikaları üçüncü sırada karşımıza çıkmaktadır. Murmu'nun toplumsal cinsiyet eşitliği çerçevesinde yer verilen paylaşımları arasında; kadınların güçlendirilmesi, eğitimde toplumsal cinsiyet eşitliği, çalışma hayatında toplumsal cinsiyet eşitliği, kadınların toplumdaki yerinin güçlendirilmesi, cinsiyetçilikle mücadele, çocuk bakımında toplumsal cinsiyet eşitliği, siyasette

kadın lider vurgusu, siyasette toplumsal cinsiyet eşitliği, kadınların ekonomik yönden güçlendirilmesi, kadınların gücüne vurgu, sanatta toplumsal cinsiyet eşitliği, sporda toplumsal cinsiyet eşitliği, kadınların güvenliği, çocuk evliliklerinin ortadan kaldırılması, kabile kadınlarının haklarının geliştirilmesi, kadınların başarılarına vurgu ve sağlıkta toplumsal cinsiyet eşitliği olmak üzere 17 farklı konuda 90 paylaşım yer almaktadır:



Şekil 9. Hindistan Liderinin Siyasal İletişim Stratejilerinde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Politikaları

Bununla birlikte Hindistan Cumhurbaşkanı Draupadi Murmu'nun bağlı olduğu Hindistan Halk Partisi'nin seçim bildirgesinde yer alan toplumsal cinsiyete yönelik temel hedefler arasında; toplumsal cinsiyet eşitliği, kadınların güçlendirilmesi, kadın işçilere çocuk yardımı yapılması, trans bireylere yönelik eşitlikçi politikaların geliştirilmesi, eğitim müfredatlarının toplumsal cinsiyet eşitliği çerçevesinde düzenlenmesi gibi hedeflere yer verilmektedir. Hindistan liderinin X paylaşımları incelendiğinde ise toplumsal cinsiyet politikaları çerçevesinde değerlendirilen tweetlerin kadın hareketini ve toplumsal cinsiyet eşitliği politikalarını güçlendirmeye yönelik paylaşımlar olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda Hindistan liderinin bağlı olduğu partinin seçim bildirgesinde toplumsal cinsiyete yönelik öne çıkan temel ilkeler ile Murmu'nun yeni medyada siyasal iletişim stratejileri çerçevesinde toplumsal cinsiyet temsiline birbiriyle uyumlu olduğu görülmektedir. Diğer yandan Murmu'nun paylaşımları kelime frekansları çerçevesinde incelendiğinde 111 defa kadın, 9 defa erkek, 1 defa toplumsal cinsiyet kelimelerine rastlanırken; cinsiyet eşitliği, kadın-erkek eşitliği ve LGBT kavramlarına yer verilmediği görülmektedir. Bu doğrultuda nitel ve nicel içerik analizi çerçevesinde Hindistan liderinin yeni medyada kurduğu siyasal iletişim stratejilerinde toplumsal cinsiyet eşitliği temsiline ön plana çıktığı tespit edilmiştir.

Kadın ve erkek liderler tarafından yönetilen ülkeleri toplumsal cinsiyet eşitliği politikaları çerçevesinde nitel içerik analizi yöntemiyle incelediğimizde; Etiyopya, İzlanda, Hindistan ve Kanada liderlerinin siyasal iletişim stratejileri çerçevesinde toplumsal cinsiyet eşitliği politikalarına yer verdikleri görülürken; Türkiye liderinin paylaşımlarında toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik herhangi bir paylaşıma rastlanmamıştır. İzlanda, Kanada, Etiyopya ve Hindistan liderlerinin toplumsal cinsiyet politikaları çerçevesinde değerlendirilen tweetlerin kadın hareketini ve toplumsal cinsiyet eşitliği politikalarını güçlendirmeye yönelik paylaşımlar olduğu tespit edilmiştir. İlk sıralarda yer alan Etiyopya, İzlanda ve Hindistan kadınlar tarafından yönetilen ülkeler arasında yer alırken; Kanada ve Türkiye ise erkek liderler tarafından yönetilen ülkeler kapsamında çalışmada yer almaktadır. Kadın ve erkek liderler tarafından yönetilen ülkeleri toplumsal cinsiyet eşitliği politikaları çerçevesinde nicel içerik analizi yöntemiyle incelediğimizde ise kadın liderlerin mesajlarında toplam 364 paylaşım karşımıza çıkarken; erkek liderlerin siyasal iletişim stratejilerinde toplam 45 paylaşımın yer aldığı görülmektedir.

Bu çerçevede kadınlar tarafından yönetilen ülkelerde toplumsal cinsiyet eşitliği temsilinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte çalışmanın geçerlik ve güvenilirliğini artırmak amacıyla kavramsal çerçevede yer verilen nicel içerik analizi de kadınlar tarafından yönetilen ülkelerde “kadın, erkek, LGBT, toplumsal cinsiyet, cinsiyet eşitliği ve kadın erkek eşitliği” kavramlarının daha sık kullanıldığını ortaya koymaktadır.

Sonuç

Bu çalışma, kadın ve erkek liderler tarafından yönetilen ülkelerde siyasal iletişim stratejilerinin toplumsal cinsiyet temsili açısından nasıl farklılaştığını incelemeyi amaçlamıştır. Araştırma, toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde siyasal iletişim stratejilerinin X platformunda nasıl konumlandırıldığını analiz etmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın ilk aşamasında, liderlerin yönetim anlayışlarında toplumsal cinsiyet rollerinin konumlandırılışı incelenmiştir. İzlanda ve Kanada liderlerinin parti programlarında toplumsal cinsiyet eşitliği kavramının önemli bir yer tuttuğu tespit edilirken; Hindistan'ın seçim bildirgesinde de bu kavrama yer verildiği tespit edilmiştir. Etiyopya liderinin siyasi konuşmalarında da toplumsal cinsiyet eşitliği vurgusu öne çıkarken, Türkiye'nin parti programında "toplumsal cinsiyet" yerine "kadın erkek eşitliği" kavramının tercih edildiği tespit edilmiştir. Örneklemdeki tüm ülkelerin resmi söylemlerinde toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleyen bir yönetim anlayışını benimsediği sonucuna varılmıştır.

Araştırmanın ikinci aşamasında gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda, kadın liderlerin siyasal iletişim stratejilerinde toplumsal cinsiyet eşitliği politikalarına erkek liderlere kıyasla daha fazla yer verdikleri tespit edilmiştir. Liderlerin X paylaşımlarının içerik analizi, parti tüzük ve programlarında, seçim bildirgelerde veya liderlerin siyasi söylemlerinde kadınların konumlandırılışı ile yeni medya platformlarındaki temsillerin genellikle tutarlılık gösterdiği ortaya konmuştur. Ancak Türkiye örneğinde, parti programında kadın erkek eşitliğinden söz edilmesine rağmen, liderin X paylaşımlarında toplumsal cinsiyet eşitliğine ilişkin konuların yer almadığı tespit edilmiştir.

Araştırmanın üçüncü aşamasında, kadın ve erkek liderlerin X paylaşımlarında toplumsal cinsiyet eşitliği politikalarına yer verme oranları ve tematik çeşitlilik incelenmiştir. Kadın liderlerden İzlanda lideri Katrin Jakobsdottir'in 25, Etiyopya lideri Sahle-Work Zewde'nin 24, Hindistan lideri Draupadi Murmu'nun 17 farklı konuda toplumsal cinsiyete yönelik paylaşım yaptığı tespit edilmiştir. Erkek liderlerden ise Kanada lideri Justin Trudeau'nun 10 farklı konuda toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik paylaşım yaptığı, Türkiye lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın paylaşımlarında ise bu konuya yer vermediği görülmüştür.

Araştırma bulguları, küresel cinsiyet eşitliği sıralamalarından bağımsız olarak, kadın liderler tarafından yönetilen tüm ülkelerde toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik paylaşımların hem sayısal olarak hem de konu çeşitliliği bakımından daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Bu durum, kadın liderlerin siyasal iletişim stratejilerinde kadın hareketini ve kadın politikalarını güçlendirmeye yönelik bir eğilim sergilediklerini göstermektedir. Erkek liderler içinde ise yalnızca Kanada lideri, siyasal iletişim stratejilerinde toplumsal cinsiyet eşitliği temsiline yer vermiştir.

Küresel cinsiyet eşitliği sıralamasında 74. sırada olan Etiyopya'nın lideri Sahle-Work Zewde'nin ataerki ideoloji ile mücadele eden yönetim anlayışı nedeniyle, yeni medyada toplumsal cinsiyet eşitliği politikalarına en fazla yer veren ülkelerden biri olarak öne çıkması dikkat çekmektedir. Bu durum, ülkenin genel ekonomik ve eğitim düzeyinden bağımsız olarak, liderin

cinsiyeti ve politik duruşunun toplumsal cinsiyet eşitliği temsiliinde belirleyici olabildiğini göstermektedir. Araştırma sonuçları, parti programlarında feminist bakış açısına yer veren liderlerin (kadın veya erkek), ülkelerinin toplumsal cinsiyet eşitliği gelişmişlik seviyesinde önemli rol oynadığını ortaya koymuştur. İzlanda ve Kanada liderlerinin parti programlarında feminizm ilkesine yer verilmesi ve bu ülkelerin küresel cinsiyet eşitliği sıralamasında üst sıralarda yer alması bu bulguyu destekler niteliktedir.

Yeni medyanın siyasal iletişimdeki rolü bağlamında, dijital platformların siyasal iletişim stratejilerinin yöntem ve tekniklerini geliştirdiği, daha geniş kitlelere ulaşım imkanı sağladığı ve özellikle kadınlar dahil toplumda ikincil konumda bırakılan bireylerin kendi temsillerini sunabilmelerine olanak tanıdığı tespit edilmiştir. Ancak Twitter'ın X'e dönüşümü ve Elon Musk tarafından satın alınması sonrasında veri erişiminin kısıtlanması ve ücretlendirilmesi gibi gelişmeler, bu platformun kamusal alan niteliğinin sorgulanmasına yol açmıştır.

Bu araştırma, feminist kuram çerçevesinde ele aldığı siyasal iletişim stratejilerindeki toplumsal cinsiyet temsili meselesini, yeni medya ortamında inceleyerek literatüre özgün bir katkı sunmayı amaçlamaktadır. Özellikle seçim dönemleri dışındaki siyasal iletişim süreçlerini inceleyerek, kadın ve erkek liderlerin günlük yönetim pratiklerindeki toplumsal cinsiyet temsillerini ortaya koymaktadır. Bu çalışma, X platformundaki veri erişimi kısıtlamaları ve sınırlı ülke örnekleminin incelenmesi gibi sınırlılıklara sahip olmakla birlikte, liderlerin cinsiyetinin ve politik duruşlarının toplumsal cinsiyet eşitliği temsiliinde belirleyici olduğunu göstermesi açısından önemlidir.

Araştırma bulgularımız doğrultusunda, siyasal iletişim stratejilerinde toplumsal cinsiyet eşitliğini güçlendirmek amacıyla; toplumsal cinsiyet eşitliği alanında akademik çalışmaların devam ettirilmesi, siyasi partilere yönelik toplumsal cinsiyet eşitliği eğitimleri düzenlenmesi ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin yalnızca belirli alanlarda değil, ekonomi, güvenlik, dış politika gibi çeşitli alanlarda da ele alınması önerilmektedir. Bununla birlikte, parti programlarına feminist bakış açısının entegre edilmesi teşvik edilmelidir.

Gelecek çalışmalar için, teknolojik gelişmelerin siyasal iletişime kazandırdığı avantajların yanı sıra, özellikle sosyal paylaşım ağlarının taşıdığı risklerin de araştırılması önerilmektedir. Botlar ve algoritmalar aracılığıyla kullanıcı verilerinin toplanması ve bu verilerin siyasal manipülasyon aracı olarak kullanılması potansiyeli, önemli bir araştırma alanı olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca, farklı coğrafi bölgelerdeki kadın ve erkek liderlerin siyasal iletişim stratejilerinin karşılaştırmalı analizi, toplumsal cinsiyet temsiliinin kültürel bağlamını daha derinlemesine anlamak için değerli bir araştırma konusu olabilir.

Sonuç olarak, siyasal iletişim stratejilerinde toplumsal cinsiyet eşitliğinin güçlendirilmesi, yalnızca kadınların siyasi temsiliini artırmakla kalmayacak, aynı zamanda daha kapsayıcı ve demokratik bir siyasal söylemin gelişmesine de katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda, kadın liderler tarafından benimsenen ve toplumsal cinsiyet eşitliğini çeşitli temalar altında ele alan siyasal iletişim pratiklerinin yaygınlaştırılması, ataerkil ideolojinin hâkim olduğu siyaset alanının dönüştürülmesinde kritik bir öneme sahiptir.

Açıklamalar

- * **Etik Kurul Onayı:** Bu çalışma Etik Kurul Onayı gerektirmemektedir.
- * **Yayın Etiği:** Bu çalışma, "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında belirtilen kurallara uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, makale intihal tespit yazılımlarıyla (ithenticate) taranmış ve herhangi bir intihal tespit edilmemiştir.
- * **Yazar Katkı Oranı:** Birinci yazarın çalışmaya katkısı %80, danışman ikinci yazarın çalışmaya katkısı %20'dir.
- * **Çıkar Çatışması:** Çalışmada çıkar çatışması bulunmamaktadır.
- * **Akademik Finansal Destek:** Çalışma; herhangi bir akademik finansal destek kuruluşu tarafından desteklenmemiştir.
- * **Yazar Beyanı:** Bu çalışma Prof. Dr. Seçkin Özmen danışmanlığında 4 Ekim 2024 tarihinde tamamladığımız "SİYASAL İLETİŞİM STRATEJİLERİ BAĞLAMINDA YENİ MEDYADA TOPLUMSAL CİNSİYET TEMSİLİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA" başlıklı doktora tezi esas alınarak hazırlanmıştır (Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, 2024).
- * **Yapay Zeka Kullanım Beyanı:** Çalışmanın "Structured Extended Abstract" bölümünde dil bilgisi, yazım iyileştirmeleri noktasında claude.ai/ programından destek alınmıştır.

Structured Extended Abstract

Research Background & Problem

Political communication plays a crucial role in shaping societal gender frameworks, with media serving as a fundamental actor in both political culture formation and gender representation production. Studies examining the intersection of gender, politics, and media from a political communication perspective have emerged as significant research areas in recent years (Mäkelä vd., 2015). However, a notable gap exists in the literature regarding how gender is positioned within political communication studies. Research in Türkiye has primarily focused on new media technologies' effects on political communication (Bostanci, 2014; Yaşar, 2022) and electoral campaigns (Tunca, 2019; Ünür, 2024). Fidan Baritci's (2020) comprehensive review revealed that studies focusing on the relationship between political communication and gender are absent from the national literature, indicating a significant research gap. Although recent years have witnessed increased academic studies at the intersection of gender and political communication, these studies have primarily focused on electoral periods (Irak, 2022; Ruiloba-Núñez & Goenaga Ruiz De Zuazu, 2024; Sandberg & Öhberg, 2020). However, political communication practices are not limited to electoral periods, making this study distinct by examining both electoral and non-electoral processes.

This research aims to reveal how gender is positioned within state administrations of countries led by male and female leaders, examine how key issues emphasized in political communication strategies differ across these contexts, and analyze how gender is represented in new media within the framework of these strategies.

Research Methodology

This study employs feminist theory as its theoretical foundation, which provides "both an analytical and interpretive tool and a critical perspective that can open the path to

transformation" (Berkday, 2003, p. 12). The research adopts a two-stage methodological approach. First, document analysis was utilized to examine how gender roles are positioned within leaders' governance approaches. Official party programs and election manifestos from sample countries were analyzed. Second, content analysis was employed to analyze leaders' X posts. The research universe consists of 146 countries included in the "2022 Global Gender Gap Report." Using criterion sampling methodology, five countries were selected: Iceland (1st), Canada (25th), Ethiopia (74th), Turkey (124th), and India (135th) in gender equality rankings. Selection criteria included geographical representation, gender equality rankings, leaders' gender distribution, and active X accounts. Due to X's data access restrictions, the latest 700 tweets from each leader were analyzed using MaxQDA software. Both qualitative and quantitative content analysis methods were employed, with quantitative analysis focusing on key concepts including "woman," "man," "gender," "gender equality," and "LGBT."

Research Results

Document analysis revealed that all sample countries demonstrated leadership approaches emphasizing gender equality within state administrations. Iceland's Left-Green Movement Party prominently featured gender equality and feminism among core principles (*VG-english*, 2022). Canada's Liberal Party, defined as a "feminist government," emphasized gender equality and combating gender-based violence (*Liberal Party of Canada*, 2022). Ethiopia's leader demonstrated strong gender equality emphasis through political speeches (*www.africanews.com*, 2022). India's election manifesto included comprehensive gender equality policies (*Bharatiya Janata Party*, 2023). Turkey's party program used "male-female equality" terminology and primarily framed women's issues within family contexts (*AK PARTİ*, 2022).

Content analysis of X posts revealed substantial differences between male and female leaders. Female leaders incorporated gender equality representation significantly more frequently, both quantitatively and thematically. Ethiopian leader Sahle-Work Zewde shared 165 posts across 24 different gender-related topics, ranking second in her overall communication themes. Icelandic leader Katrin Jakobsdottir posted 109 gender-related messages across 25 topics, also ranking second in communication priorities. Indian leader Draupadi Murmu shared 90 posts across 17 topics, ranking third in communication themes. Male leaders showed markedly different patterns. Canadian leader Justin Trudeau shared 45 posts across 10 gender-related topics, ranking sixth in communication priorities. Turkish leader Recep Tayyip Erdoğan showed no gender equality-related content in political communication strategies. Quantitative analysis supported these findings, with female leaders' posts containing 364 gender equality-related shares compared to only 45 from male leaders.

Conclusion & Discussion

This research demonstrates that regardless of global gender equality rankings, countries led by female leaders consistently showed greater representation of gender equality issues both numerically and in terms of topic diversity. This suggests that female leaders prioritize strengthening women's movements and policies through their political communication strategies, supporting feminist theory's emphasis on challenging patriarchal ideologies. Notably, Ethiopia's leader, despite her country ranking 74th in global gender equality, emerged as one of the leaders giving the most attention to gender equality policies in new media. This indicates that individual leadership characteristics and political stance can be

more determinative than overall national development levels in gender equality representation.

The study reveals that leaders whose party programs incorporate feminist perspectives play important roles in their countries' gender equality development. The inclusion of feminism principles in Iceland and Canada's party programs, and these countries' high rankings in global gender equality, supports this finding. This research contributes to literature by examining political communication strategies through a feminist theoretical framework, particularly analyzing non-electoral political communication processes. Future research should investigate both advantages and risks of technological developments in political communication. Strengthening gender equality in political communication strategies will contribute to more inclusive and democratic political discourse while challenging patriarchal ideologies.

Kaynakça

- Açer, T. M., & Topuz, S. K. (2022). Kadın Parlamenter Oranlarının Ülkelerin Sosyal Kurumlar ve Cinsiyet Endeksi (SIGI)'ndeki Yerine Etkisi. *İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi*, 24, Article 24. <https://doi.org/10.26650/iukad.2022.1000001>
- Africa Pre-Commission on the Status of Women Sixty-Six (CSW66)*. (2022, Aralık 31). https://au.int/sites/default/files/newsevents/reports/41527-rp-ENGLISH_-_CSW66_Common_Africa_Position_2022.pdf
- AK PARTİ*. (2022, Aralık 28). <https://www.akparti.org.tr/>
- Ak Parti Programı*. (2022, Aralık 28). <https://www.akparti.org.tr/media/0auje2sn/partiprogrami.pdf>
- Akıncı, S. (2014). Siyasal Katılım Düzeyleri Üzerine Bir İnceleme. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7, 33-45.
- Aktaş, H. (2004). *Bir siyasal iletişim aracı olarak internet: Partilerin seçim kampanyalarında internetin yeri* (1. basım). Tablet.
- Arat, N. (2022). *Feminizmin ABC'si*. Say.
- Atabey, G., & Hasta, D. (2018). Political Participation, Political Efficacy and Gender. *Nesne Psikoloji Dergisi*, 6(13). <https://doi.org/10.7816/nesne-06-13-10>
- Atar, N. (2024). Artificial Intelligence and the Transformation in Political Communication and Campaigns: Ethical Debates, Analyses, and Cases. İçinde E. Saka (Ed.), *Advances in Human and Social Aspects of Technology* (ss. 461-490). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-7235-7.ch019>
- Aziz, A. (2019). *Siyasal İletişim* (4.basım). Nobel Yayın Dağıtım.
- Bardakçı, Ş., & Oğlak, S. (2022). Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği Endeksi ve Türkiye. *Toplumsal Politika Dergisi*, 3(1), 71-90.
- Bayraktutan-Sütçü, G. (2007). İktidarın Müzelerinin Sanal Uzamdaki Varlığı Üzerinden Siyasal İletişimi Yeniden Düşünmek. İçinde *Yeni Medya Çalışmaları* (ss. 71-96). Dipnot.
- Berktaş, F. (2000). *Tektanrılı dinler karşısında kadın: Hristiyanlık'ta ve İslamiyet'te kadının statüsüne karşılaştırmalı bir yaklaşım* (2. Basım). Metis Yayınları.

- Berktaş, F. (2003). *Tarihin Cinsiyeti* (1. basım). Metis.
- Bharatiya Janata Party*. (2023, Şubat 5). Bharatiya Janata Party. <https://www.bjp.org/>
- Bhasin, K. (2003). *Toplumsal Cinsiyet 'Bize Yüklenen Roller'*. İstanbul.
- Bostancı, M. (2014). SİYASAL İLETİŞİM 2.0. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(3). <https://doi.org/10.17680/akademia.v3i3.5000006569>
- Boztepe, V. (2017). TELEVİZYON HABERLERİNDE KADINLARA YÖNELİK ŞİDDETİN TEMSİLİ: ÖZGEÇAN ASLAN CİNAYETİ ÜZERİNDEN BİR İNCELEME. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi | Istanbul University Faculty of Communication Journal*. <https://doi.org/10.17064/iuifd.333103>
- Byerly, C. M., & Ross, K. (2006). *Women and media: A critical introduction*. Blackwell Pub. <https://doi.org/10.1002/9780470774908>
- Canbey, M. (2009). *Siyasal iletişim sürecinde siyasi parti liderlerinin markalaşması üzerine bir analiz* [Tez, Marmara Üniversitesi]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=DlzzFN_aHNJ6d4Th0gHRIA&no=7pKxru7DLhQDBuiSEhyMXQ
- Cansun, Ş. (2020). Toplumsal Cinsiyet ve Twitter Üzerinden Siyasi Kampanyalar: 2018'deki Cumhurbaşkanlığı Seçiminde Meral Akşener ve Muharrem İnce'nin Tweetleri. *Conference: 4th International Conference on Social Sciences and HumanitiesAt: Ankara*.
- Connell, R. (1998). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar* (Birinci basım). Ayrıntı.
- Cranny-Francis, A., Waring, W. E., Stavropoulos, P., & Kirkby, J. (2019). *Gender studies: Terms and debates*. Macmillan International.
- Çankaya, E. (2019). *Siyasal iletişim: Dünyada ve Türkiye'de* (1. baskı). İmge Kitabevi.
- Çelenk, S. (2010). Kadınların Medyada Temsili ve Etik Sorunlar. İçinde *Televizyon Haberciliğinde Etik* (ss. 229-236). Fersa Matbaacılık.
- Dorer, J. (2006). Önsöz. İçinde D. İmançer (Ed.), *Medya ve Kadın* (1. baskı). Ebabil.
- Dursun, Ç. (2011). Türkiye'de 1975-2010 arasında haber, habercilik ve gazetecilik çalışmalarında kadın sorunlarına bakış ve feminist yaklaşımlar. İçinde S. Sancar (Ed.), *Birkaç arpa boyu: 21. Yüzyıla girerken Türkiye'de feminist çalışmalar* (ss. 603-647). Koç Üniversitesi yayınları.
- Ekinci, N. (2014). SİYASAL İLETİŞİM ÇALIŞMALARINDA KAPSAM ve YAKLAŞIM SORUNSALI. *İletişim ve Diplomasi*, 4, 5-25.
- Fidan Barıtcı, F. (2020). Siyasal İletişim Alanında Yazılan Doktora Tezlerine Dair Bir İnceleme. *Aksaray İletişim Dergisi*, 2(1), 82-95.
- Fraser, N. (2004). Kamusal Alanı Yeniden Düşünmek: Gerçekte Var Olan Demokrasinin Eleştirisine Bir Katkı". İçinde *Kamusal Alan*. Hil Yayınları.
- Global Gender Gap Report 2021*. (2023). World Economic Forum. <https://www.weforum.org/publications/global-gender-gap-report-2021/>
- Global Gender Gap Report 2022*. (2023). World Economic Forum. <https://www.weforum.org/publications/global-gender-gap-report-2022/>

- Göksu, O. (2018). *Siyasal İletişim İktidar İçin Yapılır*. LİTERATÜRK ACADEMİA.
- Gül, S. S., & Altındal, Y. (2016). Türkiye Siyasetinin Eril Anatomisi: 2015 Seçimlerini Kota Uygulamaları Üzerinden Yeniden Düşünmek. *Toplum ve Demokrasi Dergisi*, 9(19), Article 19.
- Harding, S. (2011). *The Science Question in Feminism*. Cornell university press.
- Heywood, A. (2007). *Siyasi İdeolojiler*. Adres.
- Hindistan Halk Partisi Parti Programı. (2023, Şubat 5). <https://library.bjp.org/jspui/bitstream/123456789/2988/1/BJP-Election-english-2019.pdf>
- Hooks, B. (2014). *Feminizm Herkes İçindir*. BGST.
- Irak, H. (2022). Kadın Politikaları ile İlgili Siyasi Liderlerin Sosyal Medya Söylemlerine Yönelik Bir Karşılaştırma: Meral Akşener, Kemal Kılıçdaroğlu ve Devlet Bahçeli Örneği. İçinde *Sosyal & Beşerî Bilimlerde Araştırma ve Değerlendirmeler*. (ss. 47-67). Gece.
- Kapani, M. (2009). *Politika Bilimine Giriş*. Bilgi Yayınevi.
- Kenworthy, L., & Malami, M. (1999). Gender Inequality in Political Representation: A Worldwide Comparative Analysis. *Social Forces*, 78(1), 235-268. <https://doi.org/10.2307/3005796>
- Khelghat-Doost, H., & Sibly, S. (2020). The Impact of Patriarchy on Women's Political Participation. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(3), Pages 396-409. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v10-i3/7058>
- Kligler-Vilenchik, N., & Literat, I. (2025). Expressive citizenship: Youth, social media, and democracy. *Journal of Children and Media*, 19(1), 46-52. <https://doi.org/10.1080/17482798.2024.2438680>
- Klinger, U., Kreiss, D., & Mutsvairo, B. (2024). *Platforms, power, and politics: An introduction to political communication in the digital age*. polity.
- Liberal Party of Canada. (2022, Aralık 19). <https://liberal.ca>
- Mäkelä, J., Isotalus, P., & Ruoho, I. (2015). Chapter 12. The ball is in the women's court: The portrayal of Finnish women as political leaders in newspapers. İçinde J. Wilson & D. Boxer (Ed.), *Discourse Approaches to Politics, Society and Culture* (C. 63, ss. 293-314). John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/dapsac.63.13mak>
- Manning, J., & Short-Thompson, C. (2009). Gendered Bodies: Considering the Sexual in Political Communication. İçinde *Gender and Political Communication in America: Rhetoric, Representation, and Display* (ss. 251-267). Lexington Books.
- McNair, B. (2018). *An introduction to political communication* (Sixth Edition). Routledge, Taylor & Francis Group.
- Negiz, N. (2008). Türkiye'de Yerel Siyasette Kadının Konumu: Siyasetçi Kadınlar Gözüyle Eleştirel Bir Değerlendirme. İçinde *Yerel Siyaset*. Okutan Yayıncılık.
- Özmen, S., Parlayandemir, G., & Çöteli, S. (2017). CONSTRUCTION OF QUEER CHARACTERS IN THE NEW TURKISH CINEMA (2004-2013). *International Journal of Arts and Science*, 10(2), 475-484.

- Öztürk, Y. D. D. Z. A. (2012). ULUSLARARASI SİYASETTE VE KARAR ALMA MEKANİZMALARINDA KADIN. *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.18354/esam.81739>
- Patton, M. Q. (2010). *Qualitative research & evaluation methods* (3. ed., [Nachdr.]). Sage.
- Ruiloba-Núñez, J. M., & Goenaga Ruiz De Zuazu, M. (2024). Digital political communication through a gender lens: Discourses, themes, and inclusive language. A case study of two gender-balanced elections in Andalusia: 2018 and 2022. *Frontiers in Political Science*, 6, 1457020. <https://doi.org/10.3389/fpos.2024.1457020>
- Sandberg, L. A. C., & Öhberg, P. (2020). The role of gender in online campaigning: Swedish candidates' motives and use of social media during the European election 2014. İçinde D. G. Lilleker, K. Koc-Michalska, R. Negrine, R. Gibson, T. Vedel, & S. Strudel (Ed.), *Social Media Campaigning in Europe* (1. bs, ss. 22-41). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429196843-3>
- Scott, J. W. (2013). *Feminist Tarihin Peşinde* (1. Basım). BGST YAYINLARI.
- Steeves, H. L. (1994). Feminist Teoriler ve Medya Çalışmaları. İçinde *Medya İktidar İdeoloji* (ss. 105-168). Ark.
- Şahan, S. (2019). SİYASAL İLETİŞİMİN YENİ DOĞASI VE LİDERLİK. *Milli Kültür Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 22-35.
- Tekeli, Ş. (1998). *75 yılda kadınlar ve erkekler* (A. B. Hacımirzaoglu, Ed.). Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı.
- Terkan, B. (2010). SİYASİ PARTİLERİN KADINA İLİŞKİN SÖYLEM VE POLİTİKALARI (AKP VE CHP ÖRNEĞİ). *Selçuk İletişim*, 6(2), 115-136.
- Tunca, E. A. (2019). İletişim Perspektifinden Siyasal İletişim ve Seçim Kampanyaları. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8(4), 2785-2809. <https://doi.org/10.15869/itobiad.591096>
- Türkdoğan, O., & Gökçe, O. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemi*. Çizgi Kitabevi.
- UN Women Highlights 2021–2022. (2023). UN Women – Headquarters. <https://www.unwomen.org/en/annual-report/2022>
- Ünür, E. (2024). SİYASAL PAZARLAMA SÜREÇLERİNDE DİJİTAL KAMPANYALAR: 2023 CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMLERİ. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1), 139-176. <https://doi.org/10.16953/deusosbil.1375357>
- VG-english. (2022, Aralık 12). Vinstri græn. <https://vg.is/vg-english/>
- Vural, A. M. (2010). *Parti İçi Demokrasi ve Siyasal İletişime Katkıları**. 147-162.
- Www.africanews.com. (2022, Aralık 31). Highlights from inaugural speech of Ethiopia's historic female president. <https://www.africanews.com/2018/10/25/highlights-from-inaugural-speech-of-ethiopia-s-historic-female-president/>
- XDevelopers. (2023). *Starting February 9, we will no longer support free access to the Twitter API, both v2 and v1.1. A paid basic tier will be available instead.* <https://x.com/XDevelopers/status/1621026986784337922>

- Yaşar, İ. H. (2022). Siyasal İletişim Aracı Olarak Twitter Platformu: Siyasal Partiler Üzerine Bir İnceleme. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 14-33. <https://doi.org/10.17336/igusbd.783137>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, M. (2012). Siyasal İletişim Aracı Olarak Türkiye Büyük Millet Meclisi Televizyonu (Meclis Televizyonu). *Yasama Dergisi*, 20, 5-37.